

718824 (0.a.)

WERK AAN DE WINKEL

CASE STUDY ARNHEM

Bibliotheek TU Delft



C 3031532

8504
568G

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

Werk aan de Winkel

Case Study Arnhem



Vakgroep Bouwmanagement & Vastgoedbeheer
Faculteit Bouwkunde
TU Delft

Delft, februari 1999

drs. P. Guyt
ir. W. van der Toom Vrijthoff
(met dank aan drs. M. Draijer)

Delftse Universitaire Pers, 1999

Uitgegeven door:

Delft University Press
Postbus 98
2600 MG Delft
Telefoon: 015-2783254
Fax: 015-2781661

In opdracht van:

Vakgroep Bouwmanagement & Vastgoedbeheer
Technische Universiteit Delft
Faculteit de Bouwkunde
Berlageweg 1
2628 CR Delft
Telefoon: 015-2784159
Fax: 015-2783171

CIP-GEGEVENS KONINKLIJKE BIBLIOTHEEK, DEN HAAG

Guyt, P.

Werk aan de Winkel, Case study Arnhem
Guyt, P. en ir. W. van der Toorn Vrijthoff - Delft:
Delftse Universitaire Pers -III.-(Winkelmarkt, nr.IV, ISSN 1385-1780)
Met lit. opg.
ISBN 90-407-1861-X
NUGI 655
Trefwoorden: Winkelvoorzieningen/Arnhem

Copyright 1999 by Delft University Press, The Netherlands

No part of this book may be reproduced in any form by print, photoprint, microfilm or any other means, without written permission from the publisher:
Delft University Press, The Netherlands

INHOUDSOPGAVE

SAMENVATTING	VII
1 INLEIDING	1
1.1 Het onderzoekskader	1
1.2 Plaatsbepaling en doel van de case studies in het onderzoek.....	1
1.3 Opbouw case study Arnhem.....	2
2 BESCHRIJVING HUIDIGE SITUATIE	3
2.1 Analyse van de vraagzijde.....	3
2.1.1 Bevolkingsontwikkeling	3
2.1.2 Gemiddelde inkomen per huishouden.....	3
2.1.3 Koopgedrag en koopstromen.....	3
2.2 Analyse van de aanbodzijde.....	5
2.2.1 Ontwikkelingen in de detailhandel.....	5
2.2.2 Diensten & Leisure.....	9
2.3 Regionale ontwikkelingen	10
3 TOEKOMSTSCENARIO'S	11
3.1 Vier Arnhemse toekomstbeelden.....	11
3.2 Kwalitatieve specificatie scenario's winkelmarktonderzoek.....	12
3.3 Kwantificering toekomstige vraag.....	13
4 GEWENSTE VERANDERINGEN IN HET AANBOD	15
4.1 Uitbreidingen.....	15
4.2 Aanpassingen.....	16
4.3 Bereikbaarheid	18
4.4 Kwaliteit openbare ruimte	20
4.5 De veranderingspotentie van de huidige vastgoedvoorraad.....	21

5	BELANGEN EN INTENTIES ACTOREN	23
5.1	De betrokken partijen	23
5.2	Gemeentelijk detailhandelsbeleid.....	24
5.3	Plannen in Arnhem	25
5.4	(On)mogelijkheden bij het realiseren van de gewenste veranderingen.....	26
5.5	Confrontatie toekomstige vraag met detailhandelsbeleid	27
6	ALTERNATIEVEN VOOR ARNHEM	29
6.1	Inleiding.....	29
6.2	Varianten in het 1,2%-scenario	30
6.3	Varianten in het 2,5%-groei-scenario.....	32
6.4	Alternatieven volgens KAWIR	34
7	SLOTBESCHOUWING	37
7.1	Inleiding.....	37
7.2	Aanbevelingen.....	37
	LITERATUUR.....	39

SAMENVATTING

De case studies in het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" zijn bedoeld als lokale illustratie bij mogelijke toekomstscenario's. Het gaat daarbij om de vraag, welke verschillende situaties in een gemeente denkbaar zijn bij de twee groeiscenario's en de verschillende consumententypen, zoals die in het hoofdrapport zijn genoemd.

Na een beschrijving van het winkelareaal, zijn op basis van een indeling van het winkelareaal in 1995, en uitgaande van een totaal benodigd winkelareaal in een gemeente in het jaar 2015, verschillende mogelijke verdelingen van het areaal over typen winkelcentra opgesteld, en vervolgens vergeleken met de thans bekende plannen van de gemeente. Daaruit kunnen enkele voorlopige conclusies worden getrokken.

Het case study-rapport bevat ook een aantal algemene opmerkingen over uitbreidingen en aanpassingen van winkelcentra, en (on)mogelijkheden om gewenste veranderingen (zoals uitbreidingen en aanpassingen) in winkelcentra door te voeren, alsmede een korte bespreking van belangen en intenties van partijen.

De indeling van het case study-rapport is als volgt:

- Hoofdstuk 1: Nadere toelichting van kader en doel van de case study. Tevens komt de opzet aan de orde.
- Hoofdstuk 2: Beschrijving van de huidige situatie aan de hand van beschikbare data, en in het verleden uitgevoerd onderzoek.
- Hoofdstuk 3: Toelichting op de kwalitatieve toekomstscenario's en de kwantitatieve vertaling daarvan.
- Hoofdstuk 4: Aangeven van de beperkingen, die voortkomen uit het bestaande vastgoed en de stedenbouwkundige situatie.
- Hoofdstuk 5: Bespreking van belangen en intenties van partijen
- Hoofdstuk 6: Het aangeven van de alternatieven voor Arnhem op basis van scenario's
- Hoofdstuk 7: Het weergeven van enkele conclusies ten aanzien van het toekomstig functioneren van het winkelapparaat in Arnhem.

Binnenstad, Ketelstraat



Binnenstad, Rijnstraat

1 INLEIDING

1.1 Het onderzoekskader

De doelstelling van het winkelmarktonderzoek "Werk aan de Winkel" is drieledig:

- Specificeren, kwantitatief en kwalitatief, van de vraag naar detailhandelsvastgoed in ruime zin, op basis van inzicht in mogelijke, waarschijnlijke en wenselijke ontwikkelingen in het bestedingsgedrag en de bestedingsomvang van de consument.
- Kwantificeren en kwalificeren van de noodzakelijke uitbreidingen, aanpassingen en verbeteringen van de voorraad detailhandelsvastgoed naar aanleiding van confrontatie van de (vastgoed)vraag met de beschikbare voorraad.
- Beschrijven volgens welk proces de ontwikkelingen in het vastgoedaanbod verlopen, gezien over de periode 1995 - 2015.

Het totale onderzoek bestaat uit vijf delen. Kwantitatieve analyse en modelontwikkeling, Kwalitatieve verkenning toekomst-scenario's, Confrontatie bestaande voorraad met planvoorraad, Ontwikkelingsproces 1995 - 2015 en case studies. Deze deelrapportage betreft de case study Arnhem.

1.2 Plaatsbepaling en doel van de case studies in het onderzoek

In eerste instantie was het de bedoeling om door middel van case studies een representatief beeld te verkrijgen van het Nederlandse winkelareaal. Statistische representativiteit was daarbij het uitgangspunt. Dat uitgangspunt kan niet meer waargemaakt worden. De nu geselecteerde cases zijn interessant vanuit ontwikkelingen op de winkelmarkt. De doelstelling van de case studies is nu vooral het illustreren van de uitgangspunten en visies, die in de toekomstscenario's naar voren komen aan de hand van concrete praktijksituaties.

Arnhem is als case geselecteerd omdat de regio Arnhem-Nijmegen een grote economische bedrijvigheid naar zich toe zal trekken in de nabije toekomst. Gedacht kan worden aan de HSL-Oost, de Betuwelijn en de Oostelijke corridor-ontwikkeling. Ook staan in Arnhem grote woningbouwprojecten op stapel.

Het knooppunt Arnhem-Nijmegen (KAN) heeft in het kader van de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening Extra een belangrijke taak gekregen op het gebied van wonen en werken. Om hier op goede wijze invulling aan te kunnen geven is in 1993 een ontwikkelingsvisie op de toekomstige ruimtelijke hoofdstructuur van het KAN door Provinciale Staten van Gelderland vastgesteld. Het betreft een visie op hoofdlijnen die op een aantal terreinen verder uitgewerkt dient te worden. Dit is inmiddels deels gebeurd, onder meer ten behoeve van het VINEX-uitvoeringsconvenant dat door een aantal in het onderscheiden

stedelijke kerngebied gelegen gemeenten is gesloten. Op een aantal andere gebieden, waaronder de detailhandel, moeten nog uitwerkingen plaatsvinden. Een andere reden voor het opstellen van een detailhandelsstructuurvisie is gelegen in een verandering in het PDV/GDV-beleid. De verantwoordelijkheid voor het formuleren en de invulling van dit beleid is door de regering ook nadrukkelijker dan voorheen gelegd bij provincies en (samenwerkende) gemeenten. Het Rijk gaat ervan uit dat (samenwerkende) gemeenten en provincies een goed onderbouwd en op de lokale of regionale situatie afgestemde eigen invulling gaan geven aan het te hanteren PDV/GDV-beleid. De stedelijke knooppunten zullen in verband hiermee in een regionale detailhandelsstructuurvisie aannemelijk moeten maken dat er voor de realisatie van een GDV-locatie voldoende marktruimte aanwezig is in de betreffende regio. Hierbij dient een goede afweging plaats te vinden met de functie en positie van de al bestaande detailhandelsstructuur.

1.3 Opbouw case study Arnhem

Allereerst zal in het volgende hoofdstuk de huidige situatie beschreven worden. Aan de vraagzijde komen de bevolkingsontwikkeling, de economische ontwikkeling en het koopgedrag/de koopstromen van de consumenten aan de orde. Wat betreft de aanbodzijde worden de ontwikkelingen in de detailhandel en diensten & leisure geschetst. Tenslotte zullen deze ontwikkelingen in een regionaal perspectief geplaatst worden.

In hoofdstuk 3 komen de toekomstscenario's voor Arnhem aan de orde. Ter introductie worden kort de vier Arnhemse toekomstbeelden geschetst zoals de gemeente deze ontwikkeld heeft. Daarna worden de scenario's die in het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" zijn ontwikkeld kort toegelicht.

In hoofdstuk 4 wordt ingegaan op mogelijke veranderingen in de aanbodstructuur, rekening houdend met beperkingen, die te maken hebben met de bestaande stedelijke stedenbouwkundige situatie en het bestaande vastgoed. Bovendien spelen intenties en gevestigde belangen van partijen een rol. Hoofdstuk 5 handelt over deze verschillende belangen en intenties van betrokken partijen.

In hoofdstuk 6 worden enkele alternatieven voor de winkelsituatie in Arnhem genoemd, terwijl hoofdstuk 7 een slotconclusie bevat.

2 **BESCHRIJVING HUIDIGE SITUATIE**

2.1 **Analyse van de vraagzijde**

2.1.1 *Bevolkingsontwikkeling*

De huishoudensprognose van PRIMOS voorziet een stijging van het aantal huishoudens in de gemeente Arnhem van 61.597 in 1995 tot 72.969 in 2015 (via 65.174 in 2000, 68.390 in 2005 en 70.637 in 2010). Het aantal inwoners per januari 1995 was ca 134.500, dat wil zeggen een gemiddelde huishoudensgrootte van 2,18. Gaan we uit van een gemiddelde grootte van 2,0 dan zou het aantal inwoners in 2015 146.000 bedragen.

Volgens een recente bevolkingsprognose van de gemeente, die kennelijk een andere basis heeft, zou het aantal inwoners in 2005 al ca 148.000 bedragen, dus moeten we voor 2015 van een hoger getal uitgaan als we bedenken, dat er na 2005 nog ca 1.000 woningen gebouwd zullen worden. Rekening houdend met een dalende gemiddelde woningbezetting zullen we voor de berekeningen in hoofdstuk 6 uitgaan van een afgerond aantal van 150.000 inwoners.

Arnhem telt relatief veel allochtonen, waaronder met name Turken. Het aandeel allochtonen in een gemeente is van invloed op de bestedingen. Over het algemeen geven allochtonen per hoofd van de bevolking minder uit aan levensmiddelen, maar vooral minder aan niet-dagelijkse artikelen. Daarnaast doen zij hun inkopen bij voorkeur dicht bij huis en gaan zij vaker naar de markt dan Nederlanders. Aan de andere kant betekent een stijgend percentage allochtonen ook een steeds groter draagvlak voor uitheemse producten. Een aantal concepten is denkbaar waarin de verkoop van uitheemse producten gestalte kan krijgen. Bijvoorbeeld in de vorm van kleinschalige, marktachtige bazaars en oosterse markten, of grootschalige (overdekte) allochtone warenmarkten. Daarnaast kan gedacht worden aan shopping malls en multiculturele winkelcentra met een exotische ambiance en een sterk gemengd aanbod.

2.1.2 *Gemiddelde inkomen per huishouden*

In 1994 lag volgens het CBS (Statistisch Jaarboek 1997) het gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden in Arnhem (fl. 40.450,-) ca 11% onder het Nederlandse gemiddelde (fl. 45.500,-).

2.1.3 *Koopgedrag en koopstromen*

Aan de hand van de resultaten van de in 1994 en 1995 gehouden consumenten-enquêtes in Arnhem en omgeving, en de voor diverse plaatsen beschikbare distributie-planologische onderzoeken, is per gemeente een inschatting gemaakt van de verdeling van de aanwezige koopkracht over de belangrijkste winkelcentra in de regio. Tevens is daarbij aangegeven hoeveel koopkracht er naar aankoopcentra buiten het KAN vloeit, en hoeveel er door de mensen van buiten in de KAN-winkelcentra besteed wordt. Door aggregatie van de gegevens kan een beeld gekregen worden van de omzet in de winkels, en daarmee van het functioneren van het winkelaanbod.

Voor het bepalen van het bestedingspotentiël is door BRO Adviseurs gebruik gemaakt van de door het EIM gepubliceerde "toonbankbestedingen". Deze (landelijke) bedragen zijn per gemeente gecorrigeerd naar het besteedbaar inkomen van de inwoners.

In onderstaande tabellen worden de belangrijkste koopstroomgegevens voor de vijf deelgebieden weergegeven. Uit tabel 1 komt naar voren dat de beide grote centrale plaatsen meer eigen koopkracht weten te binden dan de overige deelgebieden, zeker wat betreft niet-dagelijkse artikelen. Bovendien trekken zij verhoudingsgewijs veel meer koopkracht uit zowel overig KAN als van elders (zie tabel 2). In Arnhem komt meer dan de helft van de omzet aan niet-dagelijkse artikelen van buiten de eigen gemeente (53%), in Nijmegen iets minder dan de helft (circa 44%).

Tabel 1. Verdeling bestedingen naar deelgebied

Deelgebied	Dagelijkse artikelen				Niet-dagelijkse artikelen			
	Omzet-potentieel (100%)	Koopkracht-binding	Afvloei-naar overig KAN	Afvloei-naar elders	Omzet-potentieel (100%)	Koopkracht-binding	Afvloei-naar overig KAN	Afvloei-naar elders
Arnhem	480	97%	3%	0%	593	90%	6%	4%
Omgeving Arnhem/Liemers	670	93%	5%	2%	827	55%	35%	10%
Overbetuwe	276	92%	7%	1%	341	47%	47%	6%
Nijmegen	520	98%	1%	1%	643	90%	7%	3%
Omgeving Nijmegen	405	84%	12%	4%	500	44%	44%	8%
Totaal	2351	98%	-	2%	2904	94%	-	6%

Bron: BRO Adviseurs, 1996

Tabel 2. Herkomst van de omzet per deelgebied

Deelgebied	Dagelijkse artikelen				Niet-dagelijkse artikelen			
	Omzet-potentieel (100%)	Koopkracht-binding	Afvloei-naar overig KAN	Afvloei-naar elders	Omzet-potentieel (100%)	Koopkracht-binding	Afvloei-naar overig KAN	Afvloei-naar elders
Arnhem	523	89%	9%	2%	1.135	47%	35%	18%
Omgeving Arnhem/Liemers	669	93%	3%	4%	560	80%	13%	7%
Overbetuwe	266	96%	3%	1%	192	86%	14%	2%
Nijmegen	567	90%	8%	2%	1.034	56%	28%	16%
Omgeving Nijmegen	354	96%	2%	2%	290	83%	9%	8%
Totaal	2379	97%	-	3%	3.211	86%	-	14%

Bron: BRO Adviseurs, 1996

Omdat de verzorgende functie van zowel Arnhem als Nijmegen en ook bijvoorbeeld Duiven-Nieuwgraaf verder reikt dan het KAN-gebied, vloeit er per saldo meer koopkracht naar het KAN toe, dan er afvloeit. Voor de dagelijkse artikelen gaat het op jaarbasis om een bescheiden 20 miljoen gulden, maar

voor de andere sector om circa 250 miljoen gulden. Voor beide grote steden samen is het positieve saldo nog groter.

2.2 Analyse van de aanbodzijde

2.2.1 Ontwikkelingen in de detailhandel

Door deling van de omzet met de aanwezige verkoopruimte kan de omzet per m^2 vvo oftewel vloerproductiviteit berekend worden. Dit is een indicatie voor het functioneren van het winkelaanbod. De vloerproductiviteit in de sector dagelijkse artikelen bedraagt voor het KAN-gebied als geheel circa fl. 14.600,-, en in de sector niet-dagelijkse artikelen circa fl. 5.400,-.

Beide sectoren scoren daarmee net iets boven het landelijke gemiddelde (respectievelijk circa fl. 13.900,- en circa fl. 4.900,-). Overeenkomstig het landelijke beeld ligt de gerealiseerde omzet per m^2 vvo in de grote steden hoger dan in de meer landelijke gebieden.

Het verschil tussen Arnhem en Nijmegen in de sector niet-dagelijkse artikelen (respectievelijk circa fl. 5.900,- en fl. 7.200,-) is vooral te verklaren door de grotere gemiddelde omvang van de winkels in Arnhem.

In de meeste kleinere KAN-gemeenten ligt de vloerproductiviteit in de sector dagelijkse artikelen op een normaal niveau van circa fl. 12.500,- à fl. 14.000,-. Met name in enkele van de kleinste gemeenten ligt de omzet per m^2 vvo nog iets lager. De hogere scores voor bijvoorbeeld Elst en Beuningen zijn vooral te wijten aan de verhoudingsgewijs beperkte omvang van het aanbod. In de sector niet-dagelijkse artikelen scoren de meeste kleinere gemeenten tussen fl. 4.000,- en circa fl. 5.000,-. Enkele gemeenten met meerdere kleine kernen komen, zoals verwacht mag worden, wat lager uit, behalve de betreffende gemeenten in het Rijk van Nijmegen (relatief beperkte omvang aanbod).

De positie van Arnhem en Nijmegen in het KAN-gebied is zo dominant dat er geen hoofdwinkelcentra van de tweede orde aanwezig zijn (regionaal verzorgende centra). Wel zijn er twee winkelcentra aanwezig die voldoen aan de criteria voor streekverzorgende centra, namelijk Zevenaar en Wijchen. Omdat voor beide centra geen dpo's beschikbaar zijn, en zij in de regionale koopstromenonderzoeken slechts als plaats opgenomen zijn, kan alleen een globale indicatie van het functioneren worden gegeven (vloerproductiviteit circa fl. 7.000,-).

Van de overige hoofdwinkelcentra benaderen Didam, Velp, Elst en Huissen het niveau van streekverzorgend centrum het meest: zij beschikken ofwel over minimaal 2.000 m^2 vvo modisch aanbod, ofwel over een landelijk bekend warehouse. Ook Duiven en Doesburg komen enigszins in de richting.

Binnen het KAN zijn er aanzienlijke verschillen tussen de deelgebieden. Vooral Arnhem kent een groot aanbod aan grootschalige zaken, hetgeen overeenkomt met de eerder geconstateerde hoge gemiddelde winkelgrootte. Nijmegen blijft op dit punt achter bij Arnhem, maar in de aangrenzende deelgebieden is wel weer meer grootschalig aanbod aanwezig dan in de omgeving van Arnhem.

Concluderend kan het volgende opgemerkt worden (volgens BRO Adviseurs):

- In het KAN is in kwantitatief opzicht een relatief omvangrijk aanbod in de sector niet dagelijkse artikelen aanwezig. De winkels zijn gemiddeld ook groter dan landelijk. Op het gebied van dagelijkse artikelen is er sprake van een normaal aanbod.
- In het algemeen is er in het zuidelijke deel van het KAN minder winkelaanbod aanwezig dan in het noordelijke deel.
- De omzet per m² vvo ligt in beide sectoren op een bovengemiddeld niveau. Per saldo vloeit er naar schatting meer koopkracht naar het KAN toe dan er afvloeit naar elders.
- De beide grote steden kennen niet alleen het meeste aanbod per hoofd van de bevolking van de onderscheiden KAN-deelgebieden, ook de omzet per m² vvo is hier het hoogst.
- De Nijmeegse binnenstad herbergt iets meer winkelaanbod, maar het aanbod in de Arnhemse binnenstad staat in kwalitatief opzicht op een iets hoger plan. Beide centra tellen vrijwel evenveel grootschalig winkelaanbod.
- In totaliteit kent de gemeente Arnhem zowel absoluut als relatief (aanbod per hoofd) wel meer winkelaanbod dan Nijmegen. Er zijn meer winkels en de winkels zijn gemiddeld groter. In Arnhem is buiten het hoofdwinkelcentrum duidelijk meer winkelaanbod aanwezig dan in Nijmegen, en vooral ook meer grootschalig aanbod door de aanwezigheid van subcentra als Kronenburg.
- In vergelijking met andere stadsgewesten beschikt het KAN over relatief veel grootschalig winkelaanbod. De verdeling van de grote winkels over de diverse branches is normaal te noemen. Vooral in de PDV-branches (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra) is veel winkelruimte aanwezig in grootschalig aanbod.
- De winkelstructuur van het KAN wordt in sterke mate gedomineerd door de binnensteden van Arnhem en Nijmegen (aandeel totale omzet circa 46%). Beide centra kennen ieder een duidelijk afgetekend eigen verzorgingsgebied, en binnen dat verzorgingsgebied is er sprake van een sterke oriëntatie op het hoofdwinkelcentrum. De omvang van de koopstromen tussen beide verzorgingsgebieden is vooralsnog relatief beperkt.
- Met uitzondering van enkele perifere concentraties van grootschalige detailhandel functioneren de andere winkelcentra allemaal op een veel lager niveau. Het marktaandeel van alle aanwezige PDV-locaties bij elkaar (8%) is slechts eenderde van het marktaandeel van een van de beide grote binnensteden (circa 23%). De overige tot de hoofdstructuur gerekende winkelcentra komen samen ook slechts tot circa 21%. De tweede laag in die structuur wordt gevormd door de drie aanwezige stadsdeelcentra en de hoofdwinkelcentra van Wijchen en Zevenaar. De overige winkelcentra zijn voornamelijk lokaal-verzorgend of zeer beperkt streekverzorgend (Bron: BRO Adviseurs 1996).

Hieronder zullen we inzoomen op de stad Arnhem. Allereerst geven wij een overzicht van het winkelbestand in de gemeente Arnhem.

Tabel 3. Winkelvloeroppervlak (vvo) in Arnhem per 1996.

Winkelcentrum	Oppervl. food	Oppervl. non food	Oppervl. totaal
Binnenstad	2.000	83.200	85.200
Kronenburg	2.300	17.000	19.300
Presikhaaf	4.300	10.100	14.400
Overige winkelcentra	22.000	80.800	102.800
Totaal	30.700	191.100	221.800

Bron: Afdeling Informatie en Burger Onderzoek (IBO), gemeente Arnhem.

Als het totale metrage van bijna 222.000 m² vvo wordt gedeeld door de bevolkingsomvang van Arnhem, dan resulteert een metrage per inwoner van 1,64, hetgeen behoorlijk hoog genoemd kan worden. Dat hangt samen met de belangrijke streekfunctie van Arnhem. Wanneer wij uitgaan van een verhouding vvo/bevo = 65/100, dan resulteert uit een oppervlak van ca 222.000 m² vvo een oppervlak van ca 341.000 m² bevo.

Opgemerkt zij, dat bovengenoemde gegevens als indicatie moeten worden opgevat. Andere bronnen noemen weer andere metrages. Zo noemt de Dienst Stadsontwikkeling (DSO, 1993) voor het kernwinkelapparaat een metrage van 87.000 m² vvo (waarvan 38.200 in de hoofdas, 24.000 in de hoofdaanloopstraten, 9.500 in het stegengebied, en 15.300 in de randzones). Mogelijk is een verschil in gebiedsafbakening de oorzaak van de verschillen.

Uitgaande van 87.000 m² vvo in het kernwinkelapparaat van Arnhem betekent dat ongeveer 650 m² vvo per 1000 inwoners. Het gemiddelde in de gemeentegrootte-klasse 100.000 tot 175.000 inwoners ligt tussen de 500 en 550 m² per 1000 inwoners. De centralisatiegraad van Arnhem (het vvo in het kernwinkelapparaat als aandeel van het totale stedelijke winkelareaal) is 40%; dit ligt onder het gemiddelde van steden van vergelijkbare omvang (44%). Deze relatief lage centralisatiegraad wordt veroorzaakt door de sterke ontwikkeling van de subcentra Presikhaaf en Kronenburg.

Het grote aantal m² per 1000 inwoners in het Arnhemse kernwinkelapparaat wordt dus niet veroorzaakt door een sterke concentratie van de bewinkeling in dat kernwinkelapparaat. De conclusie kan dan ook niet anders luiden dan dat een naar verhouding groot deel van het aantal m² vvo in het kernwinkelapparaat gedragen wordt door bestedingen van buiten Arnhem, met andere woorden: het relatief grote aantal m² vvo in de Arnhemse City vindt zijn verklaring dus vooral in de regionale functie (bron: Arnhem, koopstad met allure, DSO 1993, p. 21/22). Dit kan ook afgeleid worden uit tabel 2, waaruit blijkt dat het aandeel van de Arnhemse bestedingen in de omzet van de eigen gemeente relatief laag ligt.

De hoofdwinkelcentra van Arnhem in vogelvlucht (Bron: BRO Adviseurs)

Arnhem-binnenstad

Arnhem kent een relatief omvangrijk en kwalitatief hoogwaardig hoofdwinkelcentrum. Het kernwinkelgebied wordt gevormd door de langgerekte hoofdas Roggestraat-Ketelstraat-Vijzelstraat. Hier zijn de drie warenhuizen

gevestigd (Hema, V&D, Bijenkorf) evenals veel andere bekende landelijke grootwinkel- en filiaalbedrijven. Ondanks de hoge filialiseringgraad kent de hoofdas toch veel allure door de overwegend goede externe presentatie van de winkels. Kenmerkend voor de hoofdas zijn de sterke aanwezigheid van de modische branches, ook met grootschalige zaken als C&A en P&C, het geringe aantal mutaties in het aanbod en de hoge huurprijzen (fl. 1200,- à fl. 1500,- per m²). Ook in sommige direct aangrenzende straten als de Jansstraat, Grote Oord en de Koningstraat komen de huren nog uit op circa fl. 800,- à fl. 1000,-.

Vanwege het smalle profiel van de hoofdas en het zeer grote aantal passanten, laat de doorstroming soms te wensen over. Omdat de overige winkelstraten vrijwel allemaal uitkomen op de hoofdas, is de routing binnen het centrum matig te noemen (inmiddels verbeterd). Door de realisatie van een aantal winkelprojecten in het zuidelijke "stegengebied" is hier wel verbetering in gekomen. Delen van dit gebied hebben ook een duidelijke upgrading ondergaan. Het winkelaanbod en het winkelmilieu worden ook goed gewaardeerd door de consumenten.

In de binnenstad zijn zowel ten noorden als ten zuiden van het kernwinkelgebied meerdere grootschalige detailhandelszaken gevestigd (onder andere Bristol, Intersport, Horn-keukens, Koophome, Netto Hallen en enkele woninginrichtingszaken).

Ongeveer de helft van de bezoekers aan de binnenstad, en tweederde van de omzet is afkomstig van buiten Arnhem. Een aanzienlijk deel van die bezoekers komt ook van buiten Gelderland. De binnenstad is goed bereikbaar per openbaar vervoer, maar in de autobereikbaarheid doen zich (nog) enkele knelpunten voor. Het gaat hierbij met name om congestie op de Singelring en het ontbreken van een volledig sluitende centrumring. Ook wat betreft het parkeren zijn er enkele problemen, hoewel er geen sprake is van een parkeertekort. De parkeerdruk is vooral ongelijk verdeeld over de parkeerlocaties. In tegenstelling tot het winkelaanbod en -milieu, wordt de parkeersituatie door de consument als slecht beoordeeld.

Arnhem Presikhaaf

Het grotendeels overdekte winkelcentrum Presikhaaf in Arnhem-Oost is enkele jaren geleden gerenoveerd en kent weer een moderne uitstraling. Trekkers zijn de drie grotere supermarkten (Albert Heijn, Edah en Co-op) en de Hema-vestiging. Andere meer grootschalige vestigingen zijn Marca, Xenos en Roobol. Het huurniveau ligt met circa fl. 400,- à fl. 500,- op een redelijk niveau. Het centrum is door de centrale ligging goed bereikbaar vanuit de omliggende wijken, Velp en Rozendaal. Rondom zijn ruime parkeervoorzieningen aanwezig.

Arnhem Kronenburg

Het stadsdeelcentrum voor Arnhem-Zuid is van later datum dan Presikhaaf en kent ook een meer speelse opzet. Het overdekte winkelcentrum ligt op niveau, waardoor onder de winkels geparkeerd kan worden (gratis). Een opvallend kenmerk van Kronenburg is de aanwezigheid van een aantal grootschalige trekkers zoals speelgoedgigant Toys 'R' Us (circa 2000 m² vvo) en het zelfbedieningswarenhuis Maxis (circa 4900 m² vvo). Verder zijn onder meer C&A, Albert Heijn, Blokker en Hema aanwezig. Qua branchering is het

winkelcentrum redelijk complementair aan de iets zuidelijker gelegen woonboulevard.

Binnen Arnhem-Zuid heeft het winkelcentrum een sterke positie, en kan tot op zekere hoogte gezien worden als concurrerend voor de binnenstad. Behalve uit Arnhem-Zuid worden ook klanten getrokken uit de omringende Overbetuwe plaatsen en verder weg. In het licht van de verdere uitbreiding van het draagvlak in Arnhem-Zuid wordt een uitbreiding van het centrum overwogen. Het huurniveau ligt iets hoger dan in Presikhaaf.

2.2.2 Diensten & Leisure

Over de omvang van het areaal aan diensten en leisure in winkelcentra is weinig bekend. Voor planmatig opgezette winkelcentra kan worden verwezen naar een onderzoek van Verhoef in 1996. Het te hanteren opslagpercentage voor commerciële diensten en leisure (horecabedrijven zoals snackbars, lunchrooms, coffeeshops; baliefuncties zoals reisbureaus, uitzendbureaus, videotheken, postkantoor en bankfilialen; en ambachtelijke bedrijven zoals kappers, stomerijen en schoenreparatiebedrijven) is voor buurt-, wijk-, en stadsdeelcentra ca 15%, hetgeen moet worden opgeteld boven het areaal aan detailhandelszaken. Voor planmatig opgezette stadscentra noemt Verhoef een opslagpercentage van 10% voor commerciële diensten/leisure.

In het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" is voor een aantal binnensteden, namelijk Delft, Arnhem, Almere en Eindhoven, aan de hand van bij Kolpron aanwezige en ingekleurde Goad-plan-kaarten opgemeten, wat het bruto oppervlak is voor publiekgerichte niet-detailhandelsvoorzieningen, zoals horeca-bedrijven, ambachtelijke diensten, zakelijke en balie-diensten, en overige functies zoals culturele voorzieningen, bioscopen, etcetera. Uit de inventarisatie bleek, dat van het totale areaal aan detailhandels- en niet-detailhandelsvoorzieningen het aandeel van diensten en leisure ca 30% bedroeg. Dit betekent een opslagpercentage van 40-45 boven het areaal aan detailhandelsvestigingen.

In onderstaande tabel is de verdeling voor Arnhem weergegeven.

Tabel 4. Verdeling bruto vloeroppervlak naar functies in het centrum van Arnhem

	Detailhandel	Horeca	Ambacht	Balie	Overig	Totaal
m ²	123.800	17.700	1900	11.900	23.900	179.200
% aandeel	69	10	1	7	13	100
toeslag %	n.v.t.	14	2	10	19	45

Van het totaal aan consumentenvoorzieningen neemt de detailhandel 69% voor haar rekening. Wordt de detailhandel op 100 gesteld en worden dan de diensten & leisure functies als toeslag daarop genomen, dan moet rekening worden gehouden met een toeslag op het bruto vloeroppervlak in het centrum van Arnhem van 45%.

DSO 1993 geeft het volgende overzicht van het aantal horeca-vestigingen in de Arnhemse binnenstad, dat wil zeggen het gebied tussen de Singels, het Station e.o. en het Rijnkade-gebied.

Tabel 5. Horeca-vestigingen in de Arnhemse binnenstad (1992)

Horeca-vestiging:	Aantal:
restaurants	78
cafetaria's, lunchrooms	34
cafe's e.d.	68
bars, nachtclubs	10
hotels	3
overig	2
totaal	195

Bron: DSO 1993

2.3 Regionale ontwikkelingen

Voor het KAN-gebied is, met onder meer de VINEX als uitgangspunt, een ontwikkelingsvisie opgesteld, waarin de hoofdlijnen voor de ontwikkeling van de ruimtelijke structuur zijn vastgelegd. De hoofdbeginselen van deze visie zijn:

- Woningbouw aansluitend op stedelijk gebied.
- Bescherming en uitbouw van ecologisch waardevolle gebieden.
- Versterking van het draagvlak (stad als motor voor de regio).
- Beperking mobiliteit.
- Woningbouw en bedrijvigheid zoveel mogelijk aansluitend op bestaande railvoorzieningen.

Tussen het rijk, de provincie, het projectbureau KAN en de gemeenten is een uitvoeringsconvenant gesloten over zaken als aantallen woningen, bouwlocaties, bedrijventerreinen, verkeer en vervoer, etcetera. In oktober 1995 is een actualisering van de PKB VINEX voor het KAN verschenen, waarin de toekomstige ruimtelijke hoofdstructuur van het knooppunt ook voor de langere termijn (2000-2015) beschreven wordt. Hierin wordt de ontwikkeling van een stedelijk kerngebied nog eens bevestigd. Dit kerngebied bestaat uit de as Arnhem-Nijmegen, met bij Arnhem een uitloop naar het oosten (Westervoort/Duiven/Zevenaar) en bij Nijmegen een uitloop naar het westen (Wijchen/Beuningen).

Vier Arnhemse toekomstbeelden

De gemeente Arnhem heeft een viertal scenario's opgesteld op basis van discussies met deskundigen en honderden Arnhemmers (Bron: Vier Arnhemse Toekomstbeelden). De toekomstbeelden kunnen zo helpen de discussie over de visie over Arnhem 2015 verder inhoud te geven.

Twee onzekerheden over de toekomst van Arnhem zijn naar voren gekomen. De eerste heeft betrekking op de vraag hoe Arnhem zich oriënteert op haar sociaal-economische "omgeving". Ontwikkelt het economisch perspectief van Arnhem zich meer en meer Europees en mondiaal met nadruk op handel, transport, distributie en logistiek; of ontwikkelt Arnhem zich vooral tot een lokaal en regionaal georiënteerde diensten- en servicestad, drijvend op het eigen ondernemerschap, de dienstverlening en de verzorging van stad en regio? Bij de tweede onzekerheid gaat het om de manier waarop de stad (en de regio) de maatschappelijke dynamiek verwerkt. Hierin kunnen twee dimensies worden onderscheiden: enerzijds het organiserend vermogen van de stad en anderzijds de wijze waarop de stad met groei omgaat. Het zijn voor Arnhem deze belangrijke onzekerheden die bepalend zijn voor het ontstaan van de navolgende vier toekomstbeelden:

Eurodynamisch Arnhem

Drijvende kracht in *Eurodynamisch Arnhem* is Europese en mondiale concurrentie. Als onderdeel van de mainport Nederland zijn transport, distributie en logistiek bepalende elementen. Het bestuur is vooral gericht op het aantrekken van bedrijven om daarmee werkgelegenheid in Arnhem (en de regio) te kunnen verankeren. De bestuurlijke schaal waarop gedacht wordt ligt in de orde van grootte van de Euregio Rijn-Waal.

Grenzeloos Arnhem

In *Grenzeloos Arnhem* is het individu de drijvende kracht. Kennis, technologie, internationaal opererende bedrijven zijn bepalende elementen. Het bestuur is gericht op het zo soepel mogelijk maken, op het faciliteren van het particulier initiatief. De bestuurlijke schaal waarop gedacht wordt, is lastig aan te geven: de stad is eigenlijk grenzeloos. Je zou kunnen zeggen dat de stad (minimaal) sterk gedecentraliseerd en functioneel is georganiseerd.

Groot-Arnhem

Drijvende kracht in *Groot-Arnhem* is lokale en regionale samenwerking. Diensten, toerisme, recreatie en goed geregelde collectieve voorzieningen (zoals bijvoorbeeld het openbaar vervoer) zijn bepalende elementen. Daar zijn grote draagvlakken en groei voor nodig. Het bestuur is gericht op het verkrijgen van evenwichtige verhoudingen in stad en regio. Bestuurskracht wordt belangrijk gevonden. De bestuurlijke "denkschaal" zou gedefinieerd kunnen worden als de regio.

Verzorgd Arnhem

Verzorgd Arnhem heeft als drijvende kracht haar groene imago. Wonen, zorg, dienstverlening zijn bepalende elementen. Het is een woonstad, een pendelstad. Het bestuur richt zich op het conserveren en cultiveren van dit beeld. Elk stadsdeel heeft zijn eigen bestuur. De bestuurlijke schaal komt overeen met de fysieke Arnhemse stadsgrenzen van eind jaren negentig. (Bron: Vier Arnhemse Toekomstbeelden).

3.2 Kwalitatieve specificatie scenario's winkelmarktonderzoek

In het hoofdrapport van het onderzoek "Werk aan de Winkel" (figuur 5.4) worden vanuit de vraagzijde twee scenario's onderscheiden, namelijk

A. Individueel georiënteerd, en B. Collectief georiënteerd. Aan de aanbodkant zijn drie scenario's onderscheiden: een behoudend scenario (waarschijnlijk), een scenario vanuit consumenten-optiek (wenselijk) en een compromis-scenario (mogelijk en wenselijk). Confrontatie van vraag- en aanbodscenario's, en koppeling aan de twee economische groeiscenario's (namelijk 1,2 en 2,5% per jaar per huishouden) leidt, na het wegstrepen van twee niet bij elkaar passende ontwikkelingen tot de volgende vier typen consumenten:

- De sobere consument (bij het 1,2%-groeiscenario). De consument is collectief georiënteerd en hecht waarde aan nabijheid van voorzieningen. Materieel bezit wordt minder belangrijk (nadat men een bepaald niveau van behoeftenbevrediging heeft bereikt). De betrekkelijk sobere levensstijl is geen goede voedingsbodem voor cybershopping. Er zal ten opzichte van de huidige situatie geen groei plaatsvinden van de leisure-bestedingen. De winkelstructuur blijft gehandhaafd. Aanpassingen hebben het karakter van modernisering binnen reeds bestaande concepten. Er zijn weinig mogelijkheden voor de toevoeging van leisure-elementen in bestaande winkelconcentraties.
- De huiselijke consument (bij het 1,2%-groeiscenario). De consument is collectief georiënteerd, en is niet zo veeleisend. Er is een groei van de bestedingen in de categorieën woningdiensten en woninginrichting, veroorzaakt door de trend cocooning. Aan de aanbodzijde wordt rekening gehouden met de beperkingen, die voortvloeien uit de bestaande voorraad, hetgeen in combinatie met een collectief georiënteerd vraagscenario leidt tot niet al te ingrijpende veranderingen.
- De verwerende consument (bij het 2,5%-groeiscenario). De consument is zeer productgericht en materialistisch ingesteld. Door grote tijdsdruk en mobiliteitsontwikkeling is er een noodzaak tot efficiënte tijdsbesteding en dientengevolge een sterke toename van de multifunctionele verplaatsingen, waarbij commercieel vermaak een onderdeel moet zijn. Boodschappen doet men van achter de computer of tv, dus thuisbezorging is volstrekt normaal geworden.

Het bestaande winkelareaal voldoet niet aan de gestelde eisen. Er vindt schaalvergroting en concentratie plaats, hetgeen ten koste gaat van de huidige hiërarchische structuur. Nieuwe winkels zullen hoofdzakelijk grootschalige detailhandelsvestigingen zijn, in combinatie met leisurevoorzieningen, gelegen op goed bereikbare locaties. Om deze ontwikkeling mogelijk te maken, moet ruimtelijke deregulering worden

doorgevoerd, waarbij men volledig op de markt vertrouwt. De functie van het stadscentrum zal veranderen, waarbij de nadruk zal komen te liggen op het cultureel erfgoed.

- De geremde consument (bij het 2,5%-groei-scenario). De consument is als beschreven bij het vorige scenario. De wensen gaan echter bij het onderhavige scenario niet volledig in vervulling, omdat veranderingen in de aanbodstructuur moeten voldoen aan bepaalde juridische, financiële en technische randvoorwaarden. Er wordt een meer realistisch compromis tot stand gebracht, dat sterk wordt bepaald door de veranderingspotentie van de bestaande voorraad, en de bereidheid van betrokken partijen (overheid, beleggers en winkelbedrijven) om de door de consument gewenste veranderingen te initiëren.

3.3 Kwantificering toekomstige vraag

Hoe groot zal het metrage in Arnhem in 2015 bij benadering zijn, rekening houdend met de stijging van het aantal inwoners en het gemiddelde inkomen? Wij zullen twee groei-varianten als basis van de berekeningen voor de scenario's hanteren, namelijk het 1,2%- en het 2,5%-groei-scenario.

Een schatting is opgesteld naar analogie van de landelijke ontwikkeling zoals in het hoofdrapport "Werk aan de Winkel" is weergegeven.

Voor het landelijk gemiddelde is daar uitgegaan is van 1,12 m² vvo per inwoner in 1995, zijnde het quotient van 17,4 mln m² vvo en 15,5 mln inwoners. Voor 2015 zijn er twee groei-scenario's, namelijk het 1,2%-groei-scenario per huishouden, dat leidt tot een toename van het winkelareaal per inwoner tot 1,27, zijnde het quotient van 21,3 mln m² vvo en 16,7 mln inwoners in 2015. Voor het 2,5%-groei-scenario per huishouden geldt een ontwikkeling tot 1,56 m² vvo per inwoner, zijnde het quotient van 26,0 mln m² vvo en 16,7 mln inwoners.

Aangenomen is, dat de procentuele groei van het aantal m² vvo per inwoner in Arnhem net zo groot is als in Nederland als geheel. Dit betekent, dat het aantal m² vvo per inwoner in Arnhem, dat in 1996 1,64 bedroeg vanwege een streekfunctie, in het 1,2%-scenario 1,85 zou bedragen, en in het 2,5%-scenario 2,25.

Uitgaande van 150.000 inwoners zou dit betekenen een metrage van 277.000 m² vvo in het 1,2%-scenario, een stijging met 55.000 m² vvo. Dit winkelmetrage van 277.000 m² vvo kan met behulp van de huidige voorraad worden verkregen. Immers de huidige bedrijfsvloeroppervlakte bedraagt, zoals we gezien hebben in paragraaf 2.2.1., ca 341.000 m² bevo. Bij een vvo/bevo-verhouding van 91/100 in 2015 zal er binnen deze voorraad ruimte zijn voor ca 310.000 m² vvo. Dit betekent, dat per saldo minder voorraad benodigd is, maar wel een transformatie van de voorraad, en eventueel verschuivingen binnen het detailhandelsapparaat.

Voor het 2,5%-scenario wordt de situatie als volgt. Benodigd is een winkeloppervlak van 337.000 m² vvo (een stijging van 115.000 m² vvo). Omdat de bestaande voorraad een deel van deze groei kan opvangen, is slechts nog

een nieuwbouw van 27.000 m² vvo benodigd. Bedacht moet nog worden, dat behalve ruimte voor de detailhandel nog vastgoed benodigd is voor diensten en leisure.



Winkelcentrum Presikhaaf

Uitbreidingen

In het hoofdrapport "Werk aan de Winkel" zijn 3 aanbodsscenario's onderscheiden.

Aanbodscenario 1 gaat uit van volledige instandhouding van de bestaande detailhandelsstructuur. Voor zover er sprake is van groei of krimp van het totale winkelvloeroppervlak komt dat tot uiting naar evenredigheid van het huidige oppervlak.

In aanbodscenario 2 wordt ervan uitgegaan, dat volledig tegemoet wordt gekomen aan de veronderstelde wensen van de consument. Er wordt daarbij voorbijgegaan aan beperkingen, die voortkomen uit de huidige voorraad ofwel de belangen van de betrokken partijen.

Aanbodscenario 3 vormt het compromis tussen 1 en 2. Hierin wordt maximaal opgeschoven in de richting van scenario 2, echter binnen de beperkende randvoorwaarden van de huidige voorraad en de belangen van partijen in die voorraad.

De eindconclusies van het onderzoek plaatsen deze scenario's in een wat ander daglicht. Er is namelijk rekening gehouden met efficiency-verbeteringen in het bedrijfsproces van de detailhandel. Deze ontwikkeling begint zich inmiddels steeds duidelijker te manifesteren. Dat leidt weer tot een optimaler gebruik van het bestaande winkelvastgoed. Toevoeging danwel versterking van grootschalige distributiecentra is daarbij een voorwaarde (zie hoofdstuk 7 van het hoofdrapport).

Een en ander impliceert, dat er een "combinatie" ontstaat van de aanvankelijk geformuleerde aanbodsscenario's. Aanbodscenario 1 wordt gerealiseerd, waarbij de huidige voorraad wordt getransformeerd, zodat maximaal tegemoet kan worden gekomen aan scenario 2 (wensen van de consument). De concessies, die gedaan moeten worden, en verondersteld worden deel uit te maken van aanbodscenario 3, zijn zeer beperkt.

Nadrukkelijke knelpunten zijn te verwachten bij de bereikbaarheid van de winkelconcentraties in de toekomst mede ten gevolge van wenselijke uitbreiding van functies in de sfeer van diensten en leisure.

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op beperkingen, die worden opgelegd aan de veranderingen, die vanuit scenario 2 wenselijk worden geacht.

Indien in een winkelcentrum uitbreiding van het totale areaal, inclusief openbare ruimte en parkeeroppervlak, moet plaatsvinden, dan is de vraag, hoe dit gerealiseerd zou kunnen worden. In het geval dat voldoende ruimte aanwezig is, of kan worden vrijgemaakt door sloop of functieverandering van panden rondom het uit te breiden winkelcentrum (zie paragraaf 4.2), kan de uitbreiding van het totale areaal relatief eenvoudig gebeuren. Wanneer dat niet tot de mogelijkheden behoort, zal men zijn toevlucht moeten nemen tot intensivering van het grondgebruik.

Enkele opties daarvoor zijn dan in geval van:

Bebouwde plekken

- Meerlaags winkelen, waar dat nog niet is toegepast.
- Betere benutting van de bovengrondse winkelvoorzieningen door de magazijnen ondergronds onder te brengen, met betere aan- en afvoer.
- Dubbel grondgebruik door parkeren onder de grond of op het dak.

Bestaande parkeervoorzieningen op maaiveld

- Deze parkeervoorzieningen in één of meer lagen ondergronds realiseren.
- De vrijgekomen ruimte benutten voor het bouwen van winkelvloeroppervlak in één of zelfs meer lagen.

Openbaar gebied

- Doelmatiger gebruik van de openbare ruimte.
- Vervoersstromen door de openbare ruimte ondergronds realiseren en de vrijkomende ruimte benutten op maaiveld.

Situaties, waarin er mogelijkheden zijn om tot intensivering van het huidige grondgebruik over te gaan, zullen met name te vinden zijn bij de planmatig ontwikkelde winkelcentra met grote parkeerterreinen op maaiveld direct grenzend aan de winkelbebouwing (bijvoorbeeld stadsdeelcentra en wijkwinkelcentra in de grootschalige na-oorlogse uitbreidingswijken). Daar is het mogelijk om de parkeervoorzieningen ondergronds te situeren in combinatie met toevoeging van winkelareaal bovengronds op de vrijgekomen ruimte.

Bij de stadskernen ligt de zaak gecompliceerder. Daar ontbreekt het doorgaans aan de ruimte om binnen afzienbare tijd tot een forse intensivering van het grondgebruik over te gaan. De huidige parkeervoorzieningen zijn vaak nu al ontoereikend. Er is sprake van een hoge bebouwingsdichtheid en van weinig openbare ruimte, waarbinnen ook nog grote verkeersstromen moeten worden verwerkt. Onder bestaande pleinen kunnen parkeergarages worden gebouwd (bijvoorbeeld Het Plein in Den Haag), maar daarmee wordt echter nog niet de ruimte geschapen voor noodzakelijk gebleken uitbreidingen van het winkelareaal. Deze uitbreidingen zullen dus elders moeten plaatsvinden, bij voorkeur grenzend aan of in de directe omgeving van het stadscentrum, bijvoorbeeld op te herstructureren vooroorlogse bedrijventerreinen.

4.2

Aanpassingen

Er zijn diverse soorten aanpassingen te onderscheiden. Allereerst kan men denken aan de aanpassing van het winkelareaal aan nieuwe eisen. Het kan nodig zijn om het bestaande winkelareaal op een bepaalde locatie op te knappen (renovatie) of zelfs geheel of gedeeltelijk te vervangen door nieuwe winkelpanden. Het is ook mogelijk het areaal uit te breiden door lege gebieden in de directe omgeving van de bestaande winkels te bebouwen, of bestaande bebouwing, die een andere functie had, te slopen.

Tenslotte is het mogelijk, dat bestaande panden een functieverandering, een transformatie ondergaan. Deze transformatie kan bijvoorbeeld verschillende vormen hebben.

- **Transformatie van woningen naar winkels**

In oude stadscentra is de woonfunctie vaak redelijk vertegenwoordigd, en kan men deze woningen, in bijvoorbeeld aanloopstraten, omzetten naar winkelpanden.

- **Transformatie van winkels naar woningen**

Dit kan worden toegepast, wanneer het totale winkelareaal zou moeten worden verkleind, of wanneer het winkelcentrum compacter zou moeten worden, zonder dat het totale areaal zou moeten worden teruggebracht. Bepaalde winkels, die wat achteraf liggen, worden opgeheven, terwijl op andere, meer centrale plekken, winkels worden toegevoegd.

- **Transformatie (verplaatsing) van detailhandel in volumineuze goederen naar speciaalzaken**

De attractiviteit van het stadscentrum zit in de diversiteit, geconcentreerd op een relatief klein oppervlak. Een goede autoluwe of autoloze routing en beloopbaarheid van alle detailhandelsvoorzieningen in combinatie met diensten en leisure, is belangrijk. In dat beeld kunnen bepaalde grootschalige winkels met volumineuze goederen niet passend zijn. Denkbaar is dat een afsplitsing van deze zaken uit het kernwinkelapparaat naar al of niet gethematiseerde winkelconcentraties elders plaats vindt. Dit zou tevens ruimte scheppen voor speciaalzaken, diensten en leisure.

- **Transformatie van opslagruimte naar winkelruimte**

In de vorige paragraaf is reeds de ontwikkeling genoemd, dat men vanuit efficiency-overwegingen tracht om de opslagruimte bij de winkel zo veel mogelijk als winkelruimte te gebruiken, en de opslag te laten plaatsvinden in distributiecentra.

In 1991 is in opdracht van de Commissie Ontwikkeling Bedrijven (COB) en de Sociaal-Economische Raad (SER) door het Instituut Midden- en Kleinbedrijf een studie verricht naar de herinvullingsmogelijkheden van zogenaamde af te bouwen (buurt-)winkelcentra. Dit naar aanleiding van het feit, dat de voor de herstructurering van de lokale detailhandels-structuur noodzakelijke afbouw van niet meer goed lopende winkelcentra slechts moeilijk op gang komt doordat voor het "af te bouwen" onroerend goed geen alternatieve invullingsopties voorhanden zijn. De gemeente speelt hierbij een belangrijke rol door een randvoorwaarden-scheppend beleid te voeren voor de af te bouwen winkelcentra. Volgens het COB/SER-rapport moet het herontwikkelingsbeleid de volgende elementen bevatten:

- Het formuleren en bekend maken van een herontwikkelingsbeleid om aan te geven, dat de gemeente zich positief en actief opstelt.
- Het herontwikkelingsbeleid laten samengaan met een herstructureringsbeleid om negatieve imagovorming rond centra tegen te gaan.
- De specifieke positie van de af te bouwen winkelcentra koppelen aan het toekomstige functieprofiel.
- Een soepele en snelle afhandeling van benodigde vergunningen en bestemmingsplanwijzigingen.
- Bemiddeling en ondersteuning bij het vinden van geschikte gebruikers via de bedrijvenscarthotheek en de bedrijfscontactfunctionaris.
- Eenmalige subsidie bij renovatie, indien dit de marktperspectieven verbetert.

- Met name in achterstandsgebieden middelen bijeenbrengen voor renovatie en herontwikkeling van buurtwinkelcentra met bedrijven en activiteiten als onderdeel van de sociale vernieuwing ten behoeve van de buurt (Beleidsplan buurt- en wijkwinkelcentra, gemeente Breda, 1992).

4.3

Bereikbaarheid

Er bestaat een verband tussen het type winkelcentrum en de daarbij gewenste bereikbaarheid. Buurtwinkelcentra dienen vooral goed (en veilig) per fiets en te voet (eventueel na gebruikmaking van openbaar vervoer) bereikbaar te zijn. Daarnaast is er behoefte aan parkeer-voorzieningen, vooral indien een supermarkt aanwezig is, en men de gekochte goederen met behulp van een winkelwagentje naar de auto wil brengen.

Voor wijkwinkelcentra geldt in beginsel hetzelfde, omdat een wijkwinkelcentrum voor de direct omwonenden ook een buurtwinkelfunctie heeft. Goede auto-bereikbaarheid en bereikbaarheid per openbaar vervoer zijn echter relatief belangrijker, omdat de bezoekers van verder komen dan het geval is bij buurtwinkelcentra.

Een goede auto-bereikbaarheid is zeker van groot belang op plaatsen, waar geen openbaar vervoer aanwezig is, en waar het koopexpeditiegedrag op de voorgrond staat. Men wil snel de auto "kwijt", en de gekochte artikelen, vooral als deze nogal zwaar zijn, makkelijk in de auto kunnen zetten.

De stadscentra, waar het recreatief winkelen van belang is, zijn vanwege een centrale ligging in de stad niet bijzonder goed per auto bereikbaar. Aandacht moet worden besteed aan een goede doorstroming en routing, en aan goede bewegwijzering naar voldoende parkeerplaatsen. Van invloed op de attractie van een winkelcentrum is ook de prijs, die men voor het parkeren moet betalen. Een prijsdifferentiatie naar kwaliteit van de parkeerplaats is aan te bevelen. Verder speelt een rol de vraag of men al of niet gebonden is aan het aflopen van de parkeertijd, zoals bij parkeermeters het geval is.

De bevoorrading stelt ook specifieke eisen: er moet op gelet worden, dat deze zo weinig mogelijk hinder oplevert voor zowel bezoekers als omwonenden.

Parkeren

In de directe nabijheid van winkelvoorzieningen bevinden zich meestal ook nog andere gebouwen die een bepaalde parkeerbehoefte oproepen. Woningen, kantoren, ziekenhuizen, voetbalstadions, bioscopen enzovoort. Aan elke functie is een specifieke parkeernorm te verbinden. Om een locatie te beoordelen op de kwaliteit van de parkeerfaciliteiten is het noodzakelijk om een parkeerbalans op te stellen. Daarbij gaat het om het aantal benodigde parkeerplaatsen per voorziening en het tijdstip en de tijdsduur waarop die vraag zich manifesteert. Een parkeernorm voor winkelvoorzieningen wordt vaak uitgedrukt in het aantal vierkante meters verkoopvloeroppervlak per parkeerplaats. Als we de grote buitenlandse winkelconcentraties als voorbeeld nemen dan heeft de parkeernorm een zeer snelle ontwikkeling doorgemaakt.

Tabel 6. Parkeervoorzieningen bij enkele grote buitenlandse winkelcentra

Parkeer voorzieningen bij enkele grote buitenlandse winkelcentra

Winkelconcentratie	vvo	parkeer plaatsen	bouw periode	norm
1 West Edmonton (Canada)	353.000	20.000	81-85	17,65
2 The Mery Hill Centre (Birmingham)	167.000	10.000	85-89	16,70
3 Metrocentre (Newcastle)	160.000	15.000	84-87	10,67
4 Meadowhall(Sheffield)	111.000	12.000	88-90	9,25
5 Thurrock Lake (Londen)	122.000	18.000	88-90	6,78
6 CentrO	70.000	20.000	94-96	3,50

Bolt verwijst naar de volgende kengetallen:

Kategorie winkels	bvo per parkeerplaats
Boven lokaal	20 tot 30
stads- wijkverzorgend	30 tot 40
Buurtverzorgend	40 tot 60
Dorpscentrum	30 tot 50

Uit het lijstje met buitenlandse voorbeelden blijkt dat de norm die is aangehouden in de verschillende centra een relatie heeft met de bouwperiode. CentrO heeft wel een norm waarbij kennelijk is uitgegaan van een wel zeer hoge parkeerbehoefte. Daarbij moet aangetekend worden dat een deel van de opgenomen parkeerplaatsen bestemd is voor de in de nabijheid gelegen andere functies.

De mobiliteit en het autobezit neemt de komende jaren verder toe. Er zullen als gevolg daarvan meer mensen met de auto het centrum willen bezoeken. Bovendien impliceert verhoging van de attractiviteit van het centrum dat de verblijfsduur van de bezoeker toeneemt. Dat heeft op zich weer tot gevolg dat het aantal benodigde parkeerplaatsen toeneemt.

Tenslotte zal de beschikbaarheid van goede parkeervoorzieningen een grote rol gaan spelen bij de concurrentie van verschillende stadscentra. Naarmate de verblijfsduur toeneemt neemt het relatieve aandeel van de reistijd af. De consument is in dat verband snel bereid om een grotere afstand te overbruggen als de zekerheid bestaat dat er in korte tijd een goede parkeerplaats gevonden kan worden.

Het is dus voor de toekomst van het centrum van levensbelang om over uitstekende parkeervoorzieningen te beschikken en om de mogelijkheid te hebben de behoefte uit de markt te kunnen volgen. Dit wordt bevestigd door een onderzoek (1997) van het European Institute of Retailing and Services Studies (EIRASS) en het Instituut Midden- en Kleinbedrijf - Ruimtelijk-Economische Advisering (IMK-REA). De resultaten van het onderzoek bevestigen de hypothese dat naarmate de parkeermogelijkheden bij een winkelgebied positiever worden beoordeeld, de bezoekkans per auto groter is. Het voeren van een sturend parkeerbeleid leidt tot onbedoelde verschuivingen in koopstromen. Instanties die zo'n beleid voeren, dan wel hiermee worden geconfronteerd, dienen zich hiervan bewust te zijn en hiermee rekening te houden. Omzetzungen tengevolge van restrictief parkeerbeleid kunnen voor winkelcentra als geheel tot 6 procent en voor sommige branches zelfs tot 11 procent oplopen. Consumenten laten namelijk over het algemeen de auto niet staan maar wijken uit naar andere winkelcentra. Een lokale economische effectmeting is dan ook aan te raden als nieuw parkeerbeleid wordt overwogen.

Het beleid van de gemeente Arnhem richt zich op:

- de parkeervoorzieningen in de binnenstad en de aansluiting daarvan bij de ontwikkelingen van het kernwinkelapparaat. De gemeente voert een stringent parkeerbeleid, hetgeen inhoudt, dat het aantal parkeerplaatsen gelijk blijft,
- het openbaar vervoer als belangrijk transportmedium van binnenstadsconsument,
- de binnenstadsbevoorrading in relatie met de herinrichting en afsluiting van de binnenstad,
- de verbetering van de fietsmogelijkheden naar en in de binnenstad.

Bij het stadion Gelredome is een transferium geopend.

4.4 Kwaliteit openbare ruimte

Openbare ruimten vervullen van oudsher een belangrijke rol in het maatschappelijk en economisch functioneren van de samenleving. Met het veranderen van die samenleving veranderen ook de ideeën over inrichting en vormgeving van de openbare ruimte.

De beleving van de vormgegeven openbare ruimte door individuen kan zeer uiteenlopen.

In de jaren tachtig en negentig wordt de openbare ruimte ingezet als middel voor citymarketing. Stedenbouwkundige en architectonische vormgeving van de ruimte moeten een uitstraling van allure en kwaliteit teweeg brengen. Deze vormbenadering heeft echter nauwelijks nog iets van doen met sociale en democratische aspecten van de openbare ruimte zoals die in vorige eeuw de hoofdfunctie vormden.

Toch wordt de noodzaak van de kwaliteit van de openbare ruimte nog onderschreven. Doordat de nabije openbare ruimte mede bepalend is voor het gezicht van onder andere kantoren, woningen en winkels, is het van invloed op de beeldvorming van het vastgoed. Een goede openbare ruimte is niet alleen

van invloed op de directe omgeving, maar kan ook een structurende werking hebben voor een groter gebied.

Het verschil tussen de openbare ruimte die deel uitmaakt van een planmatig ontwikkeld winkelcentrum en de openbare ruimte in het binnenstedelijk winkelgebied is dat in het laatste geval het historisch erfgoed (monumenten, pleinen) zelf een aantrekkingskracht uitoefent op de bezoekers en tevens een verblijfsfunctie heeft, terwijl in het eerste geval de openbare ruimte vaak een kwestie van vormgeving is.

Naast de aanwezigheid van de gewenste winkels en een goede bereikbaarheid, is de inrichting/vormgeving van het winkelcentrum van groot belang. Vooral is dit het geval bij winkelcentra, waar de verblijfsduur relatief lang is, en sfeer erg gewaardeerd wordt door de bezoeker.

Gedacht kan worden aan de volgende aspecten:

- afwezigheid van auto- en fietsverkeer in het winkeldomein
- routing, compactheid
- overzichtelijkheid, zichtlijnen, oriëntatiemogelijkheid
- netheid, veiligheid
- comfort (klimaat, plaveisel, zitgelegenheid)
- sfeer, druktebeeld, uitstraling
- pleinen met horeca, groen, fontijn, kiosk
- architectuur (gevels, puien)

4.5 De veranderingspotentie van de huidige vastgoedvoorraad

Vooraf zij opgemerkt, dat het belang van de veranderingspotentie van de huidige vastgoedvoorraad afhankelijk is van het toekomstscenario, dat men kiest, zowel qua economische groeisnelheid als qua te verwachten consumentengedrag.

Bij verandering kan men denken aan aanpassing van een bestaand winkelcentrum, aan uitbreiding, of aan een combinatie van deze twee. Aanpassing kan een kleine ingreep betreffen, zoals het uitvoeren van onderhoud, of een bepaalde vorm van renovatie, die zowel betrekking kan hebben op de winkelpanden als op het openbaar gebied. Aanpassing zou zelfs een gedeeltelijke of gehele vervanging van het oude winkelcentrum door nieuwbouw kunnen betekenen.

Aanpassing ter plaatse is alleen zinvol, indien er voldoende draagvlak in de toekomst verwacht mag worden en de locatie op zich goed is. Verandering is nodig indien routing niet optimaal is, en/of indien de algehele inrichting van het winkelcentrum niet meer aan de eisen van de moderne, verwerende consument voldoet. Men kan daarbij denken aan de factoren, die in de paragrafen 4.3 en 4.4 genoemd zijn.

De bouwkundige staat (deels samenhangend met de leeftijd) en de technische en functionele aanpasbaarheid, kosten, etcetera zullen van invloed zijn op de vraag of men zijn toevlucht neemt tot renovatie of tot nieuwbouw.

Uitbreiding van een winkelcentrum kan aan de orde zijn, wanneer men verwacht daarmee de attractie van het centrum te verhogen, of dat er een noodzaak voor uitbreiding aanwezig is vanwege een groter bestedingspotentieel als gevolg van meer inwoners en/of stijgende inkomens en bijgevolg hogere bestedingen. Dit kan actueel zijn in binnensteden van met name gemeenten, die sterk qua inwonertal groeien. In oude binnensteden kan de uitbreiding een probleem zijn, indien het winkelcentrum omgeven is door historische panden. Men kan dan niet tot sloop overgaan, maar men zou dan moeten nagaan in hoeverre functieverandering van deze panden mogelijk is. In het kader van de problematiek van aanpassing van binnensteden kan verwezen worden naar een afstudeerscriptie van Lipsch getiteld: "Quick scan voor het Binnenstedelijk winkelgebied". Het is een hulpmiddel om, vanuit het oogpunt van de projectontwikkelaar, te bepalen of er in een bepaald binnenstedelijk winkelgebied verbeteringsmogelijkheden bestaan.



Winkelcentrum Klarendal

5 BELANGEN EN INTENTIES ACTOREN

5.1 De betrokken partijen

Om tot een evenwichtige detailhandelsstructuur te komen, zal medewerking van diverse partijen noodzakelijk zijn. De gemeente zal op regionaal niveau overleg moeten hebben met buurgemeenten (regionale structuurvisie) en op lokaal niveau met winkeliersorganisaties, beleggers en ontwikkelaars.

Op het niveau van een concreet winkelcentrum zal samenwerking tussen ondernemers van belang zijn, indien deze zelf eigenaar zijn van de winkelpanden. Bedacht moet worden, dat er belangentegenstellingen (kunnen) bestaan tussen diverse categorieën partijen, bijvoorbeeld winkeliers versus projectontwikkelaars, maar ook tussen winkeliers onderling. Bijvoorbeeld: sommige winkeliers zijn tegen invoering van een promenade, waar geen autoverkeer is toegestaan, terwijl anderen er juist vòòr zijn. Bij planmatig ontwikkelde winkelcentra is sprake van slechts één of een klein aantal eigenaren. Voor de aanpak van die centra is het nog relatief eenvoudig om de direct betrokkenen op één lijn te krijgen.

Het beheer is ook van belang. Allereerst kan gedacht worden aan het beheer van het winkelcentrum zelf, in opdracht van belegger en ondernemers. Daarnaast heeft de gemeente een taak in de inrichting en het beheer van de openbare ruimte (straten, pleinen, ontsluitingen en parkeervoorzieningen). De gemeente en/of andere partijen kunnen initiatieven nemen om het tot stand komen van bepaalde decentrale overlegvormen te stimuleren, bijvoorbeeld in de vorm van winkelmanagement. De ontwikkeling van winkelcentrummanagement is nog steeds gaande. In de toekomst zal een slagvaardig beheer van winkelcentra steeds meer aan de orde zijn, mede door het feit, dat het kennen van de concurrentiepositie van winkelcentra steeds belangrijker wordt.

Een bepaalde vorm van winkelmanagement is het zogenaamde centrummanagement, dat sinds eind jaren tachtig vorm begint te krijgen in vooral historische binnensteden. Verschillende betrokken partijen in de binnensteden sloegen de handen ineen om de hier en daar oprukkende verpaupering en verlies van marktaandeel tegen te gaan en zich gezamenlijk in te spannen om de binnenstedelijke economie te versterken. Kwaliteitsverbetering en vernieuwing spelen veelal een belangrijke rol.

Om de samenwerking binnen centrummanagement te doen slagen dient aan de volgende voorwaarden te worden voldaan:

- Een gezamenlijke visie op het gebied.
Partijen moeten het eens zijn over waar ze met elkaar naar toe willen. Informatie over ontwikkelingen en plannen is daarbij van belang.
- Daadwerkelijke samenwerkingsbereidheid.
Partijen dienen zich bewust te zijn van de compromisachtige afspraken. Indien participanten slechts hun eigen belang nastreven, is centrummanagement

gedoemd te mislukken. Het is van belang, dat eigenaren bij centrummanagement participeren.

- Een organisatorisch kader.
Afspraken dienen te worden gemaakt over wie welke verantwoordelijkheden heeft, wie welke taken uitvoert, en op welke wijze er gecommuniceerd wordt.
- Financiële middelen.
Het hebben van een bepaald budget is een voorwaarde voor te nemen acties.

Het beheer van winkels is in principe een zaak van marktpartijen: belegger, beheerder en ondernemer. De gemeente, meer in het bijzonder wijkbeheer, heeft eerst en vooral een rol in de inrichting en het beheer van de openbare ruimte (straten, pleinen, ontsluitingen, parkeervoorzieningen). De gemeente wil initiatieven nemen om het tot stand komen van bepaalde decentrale overlegvormen te stimuleren, bijvoorbeeld in de vorm van winkelmanagement.

5.2 Gemeentelijk detailhandelsbeleid

Alvorens in te zoomen op het beleid in Arnhem zelf, gaan we kort in op het beleid in de regio.

Voor de komende vijf jaar ligt het beleid van de afzonderlijke gemeenten ten aanzien van de ontwikkeling van de winkelstructuur al grotendeels vast, en kunnen de meeste hier aangegeven plannen voor winkelprojecten als hard bestempeld worden. Ook is naar voren gekomen dat er in die periode eigenlijk geen ruimte in de markt is voor een verdere uitbreiding van het winkelaanbod, en dat uitvoering van alle plannen wellicht deels ten koste gaat van bestaand winkelaanbod (daling gemiddelde vloerproductiviteit is groter dan op basis van de aard van de uitbreidingen verwacht mag worden).

Voor de korte termijn ligt de nadruk in de plannen op:

- versterking hoofdwinkelcentra Arnhem en Nijmegen;
- uitbreiding aanbod op een aantal bestaande PDV-locaties en toevoeging Novium (met name woninginrichtingsbranche);
- versterking van een aantal winkelcentra op (beperkt) streekverzorgend niveau.

Een goede voorzieningenstructuur op wijk- en buurtniveau blijft vanzelfsprekend uitgangspunt. In de qua omvang grootste nieuwe woongebieden zijn nieuwe winkelcentra gepland, en elders kan gebruik gemaakt worden van reeds bestaande winkelvoorzieningen. In sommige bestaande woongebieden kan handhaving van een goede buurtverzorging bereikt worden door een herstructurering, waarbij gedacht moet worden aan concentratie van winkelaanbod in grotere winkelcentra en sanering van verspreide bewinkeling en kleine buurtcentra. Een dergelijk proces zou eventuele negatieve gevolgen kunnen hebben voor minder mobiele bevolkingsgroepen, maar dit kan beperkt worden door het woningbouwbeleid (ouderenwoningen bij levensvatbare winkelcentra), boodschappendiensten, rijdende winkels, etcetera.

Ook bij de planning van winkelcentra in de nieuwe uitbreidingsgebieden zal rekening gehouden worden met de algemene trends die wijzen in de richting van een sterke oriëntatie op de meer complete en dus grotere winkelcentra, ook voor de aanschaf van dagelijkse artikelen. In nieuwe steden als Almere en Zoetermeer is gebleken dat met het aantrekkelijker worden van de hoofdwinkelcentra de binding aan het buurt- en wijkaanbod afneemt.

Het KAN kent een fijnmazige detailhandelsstructuur met een duidelijke profilering van de aanbodconcentraties in de verschillende niveaus van de hiërarchie. De twee grote binnensteden staan nadrukkelijk aan de top van de hiërarchie. De laag daaronder met verzorgingscentra van steden tussen 50.000 en 100.000 inwoners wordt in het KAN niet aangetroffen. Het ontbreken van de genoemde tussenlaag betekent ook dat het niveau van buurt-, wijk- en dorpscentra zich kan profileren ten opzichte van de grote verzorgingsconcentraties. Kortom, een verzorgingsstructuur die op hoofdlijnen ook voor de toekomst de ontwikkelingsrichting zou moeten bepalen.

Voor wat betreft Arnhem, kan worden gewezen op de nota "Arnhem, koopstad met allure", die het beleid voor het kernwinkelapparaat weergeeft. Het beleid wordt gekenmerkt door vier sporen:

- verdere versterking van de ruimtelijke en functionele structuur van het kernwinkelapparaat. Uitbreiding van het winkelareaal speelt hierbij ook een rol (zie hieronder).
- verbeteren van de branchering van het kernwinkelapparaat, onder andere door versterking van kleinschalige winkels in het stegengebied, en toevoeging van nieuwe formules.
- verbeteren van de bereikbaarheid van het kernwinkelapparaat, waarbij gelet wordt op parkeermogelijkheden, bevoorrading, en versterking van openbaar vervoer en fietsverkeer.
- verbeteren van het ruimtelijk kwaliteitsbeeld, en versterking van sfeer en ambiance in de binnenstad.

5.3 Plannen in Arnhem

Tot het jaar 2.000 wordt in het kernwinkelapparaat voorzien in een toevoeging van 15.000 à 20.000 m² verkoopvloeroppervlak, naast de autonome groei aldaar.

Het gaat om de volgende projecten:

- ca 2.000 m² aan het Gele Rijdersplein ter versterking van de relatie met de Jansbinnensingel,
- ca 4.500 m² in de passage Weverstraat/Kortestraat ter verbetering van loopcircuit, en opwaardering van de Weverstraat,
- uitbreiding van de Bijenkorf met 1.000 m²,
- ca 1.000 toevoeging van 1.000 m² food ter versterking van de oostflank van het kernwinkelgebied,
- enkele honderden m² in de Bagijnenpassage,
- Het project Arnhem Centraal. Het Arnhemse station en directe omgeving worden in de periode tot 2010 compleet vernieuwd. Daarmee wordt uitvoering gegeven aan wat zonder meer het belangrijkste

stedenbouwkundige plan genoemd kan worden sinds het Arnhemse wederopbouwplan. De uitvoering van Arnhem Centraal vindt plaats in twee fasen. De eerste fase is gepland van midden 1997 tot en met 2001. Het totale bouwprogramma omvat 80.000 m² bvo kantoren (circa 50.000 m² bvo ten zuiden van het station en circa 30.000 m² bvo ten noorden van het station); 8400 m² bvo winkels; 2500 m² bvo horeca en 100 tot 150 wooneenheden.

In nieuwe woongebieden zoals Rijkerswoerd (pas gereedgekomen) en Schuitgraaf (in 2005), waar het aantal woningen 5.000 resp. 7.500 bedraagt, zullen winkels komen met een totale oppervlakte van 3.500 resp. 4.500 m² verkoopvloeroppervlak.

De plannen hebben overwegend betrekking op uitbreiding van het winkelvastgoed. De transformaties van de voorraad spelen zich in belangrijke mate af binnen het bestaande volume, en worden door de gemeentelijke overheid niet gezien als een essentiële bijdrage aan de wenselijke uitbreiding van het winkelareaal. Die plannen zijn daarom niet of nauwelijks te vinden in de gemeentelijke beleidsnota's, en ook niet of nauwelijks in de rapporten, die door adviesbureaus worden geproduceerd. Consequentie is dat partijen geen of te weinig zicht hebben op de mate en de snelheid waarmee het verkoopvloeroppervlak de komende jaren op lokaal niveau wordt uitgebreid. Dat kan weer leiden tot "verrassingen" in de problematiek ten aanzien van de bereikbaarheid. Meer verkoopoppervlak binnen bestaande winkelconcentraties, gecombineerd met uitbreidingen ten behoeve van diensten en leisure, leidt tot het aantrekken van meer consumenten/bezoekers. Zulks wordt nog versterkt door het streven naar een langere verblijfsduur. Verruiming van de openingstijden kan daarvoor een verlichting betekenen.

5.4 (On)mogelijkheden bij het realiseren van de gewenste veranderingen

Allereerst zullen wij ingaan op de mogelijkheden. In het algemeen staat de gemeentelijke overheid het volgende beleidsinstrumentarium ter beschikking:

- Bestemmingsplan: gewenste functies bevorderen en ongewenste tegengaan.
- Leefmilieuverordening: biedt mogelijkheden om het uiterlijk aanzien en de woon- en werkomstandigheden van een gebied niet achteruit te laten gaan.
- Privaatrechtelijke mogelijkheden in het geval de gemeente zaken in eigendom heeft.
- Instrumenten gericht op kwaliteitsbeheer zoals de Algemene Politieverordening, bouwbesluit, parkeerbeheer, openbaar vervoer, en overig sectoraal beleid.
- Fonds stadsvernieuwing, waaruit winkeliers een bijdrage kunnen ontvangen in de verplaatsingskosten naar nieuwe of levensvatbare winkelcentra.
- Voorkeursrecht bij verkoop van panden en actieve aankoop van panden.

Vervolgens zou men nog de volgende mogelijkheden kunnen onderzoeken:

- Project- en uitvoeringsorganisatie, die sturing geeft aan het herstructureringsproces.

- Herverkaveling, waardoor men in overleg met ondernemers via ruil kan komen tot verplaatsing van winkeliers.
- Pandenpool, wat inhoudt het inbrengen van panden in een pool, waarbij als tegenwaarde aandelen in de pool verworven worden. De toekomstige waarde van het aandeel wordt bepaald door het rendement van het totale proces.

Remmende factoren bij het realiseren van gewenste veranderingen zijn afhankelijk van het type verandering wat aan de orde is. Wij zullen verschillende mogelijkheden nalopen.

Inkrimping of zelfs opheffing van een winkelcentrum.

Dit is een mogelijkheid bij met name buurtwinkelcentra. In het geval van inkrimping is de vraag of er alternatieve bestemmingen zijn voor de leegstaande panden. Willen de omwonenden de andere functies accepteren? De gemeente kan op grond van sociale overwegingen ervoor pleiten om een buurtwinkelcentrum te handhaven. Daarbij komt, dat voor minder mobiele bevolkingsgroepen, zoals bejaarden, het wegvallen van een buurtwinkelcentrum een probleem kan zijn. Dit probleem kan eventueel worden ondervangen door boodschappendiensten, rijdende winkels, en dergelijke.

Aanpassing (renovatie of herbouw) van een winkelcentrum

De verschillende belanghebbenden zullen met elkaar overeenstemming moeten bereiken. Belangentegenstellingen kunnen ervoor zorgen, dat bepaalde aanpassingen niet gerealiseerd worden, of slechts ten dele.

De kosten, die met de aanpassing gemoeid zijn, en te verwachten gevolgen van de ingrepen spelen een grote rol. In de praktijk is er vaak sprake van weerstand tegen herontwikkeling als de bestaande panden nog niet zijn afgeschreven. Maar bij de keuze tussen het handhaven van de bestaande situatie en een nieuwe te ontwikkelen situatie moet men letten op het verschil in winstpotentie, uiteraard wel meegerekend een afschrijvingsverlies, dat men heeft moeten "nemen". Als praktisch probleem speelt de vraag hoe men de aanpassing praktisch moet uitvoeren.

Uitbreidingen

In § 4.1 is al ingegaan op de problemen, die zich met name in historische binnensteden kunnen voordoen als gevolg van gebrek aan uitbreidingsmogelijkheden aldaar. Zou men uitbreidingen willen realiseren door intensivering van het grondgebruik door toepassing van dubbel grondgebruik, ondergronds bouwen, dan zal men waarschijnlijk geconfronteerd worden met (zeer) hoge kosten. Het is maar de vraag of betrokkenen dit kunnen en willen opbrengen. Ook moet nog genoemd worden de noodzaak om bestemmingsplannen te wijzigen, indien men tot uitbreiding/functiewijziging wil overgaan. Door inspraakprocedures kan de realisering enige tijd op zich laten wachten. Tenslotte kan het beleid uitbreiding zelfs verbieden.

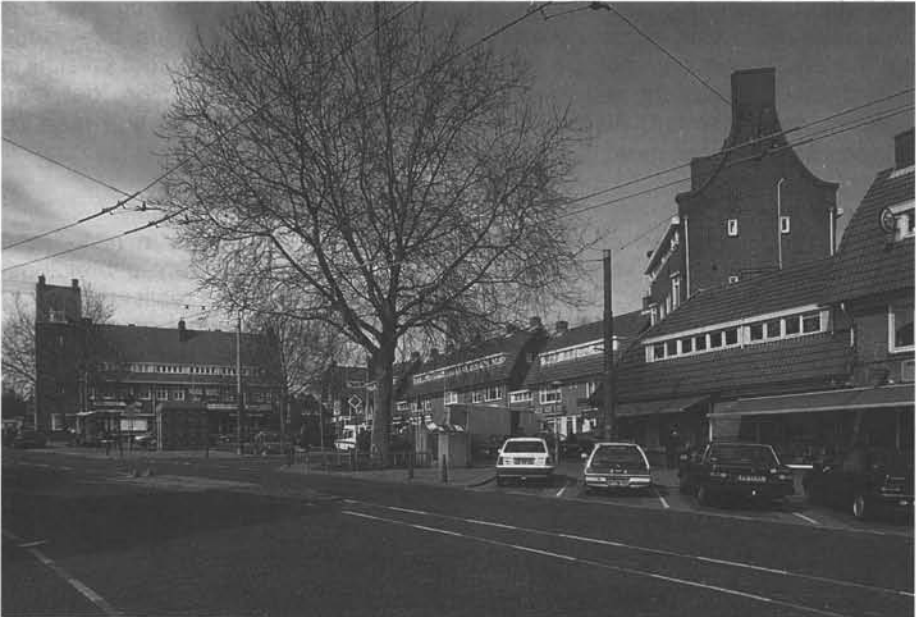
5.5 Confrontatie toekomstige vraag met detailhandelsbeleid

De thans bekende uitbreidingen van het winkelareaal zijn als passend binnen het locale detailhandelsbeleid op te vatten. Het gaat, zoals bleek in § 5.3 om een totaal metrage van 23.000 à 28.000 m² vvo, waardoor het totale

winkelareaal in Arnhem op ca 245.000 à 250.000 m² vvo zou uitkomen. Deze uitbreidingen betreffen de periode tot ongeveer het jaar 2000. Wat er volgens de gemeente in de 21e eeuw tot 2015 zal worden gebouwd, is niet bekend uit thans beschikbare nota's.

In § 3.3 is toegelicht, dat bij een efficiënter gebruik van de voorraad er op termijn binnen de huidige winkelvoorraad 310.000 m² vvo beschikbaar is. Bij de uitbreidingen, die nog plaatsvinden, nemen we aan, dat die gerealiseerd worden, uitgaande van een verhouding vvo/bevo=91/100. Dat impliceert, dat er tot 2015 ca 335.000 (310.000 + ca 25.000) m² vvo beschikbaar is exclusief hetgeen in de periode 2000-2015 door middel van uitbreiding aan de voorraad wordt toegevoegd.

Wij zullen aan de hand van een schatting van het totale benodigde winkelareaal, enkele mogelijke ruimtelijke spreidingsopties van het totaal winkelareaal over typen winkelcentra naast elkaar zetten. Daarvoor verwijzen wij naar hoofdstuk 6.



Winkelcentrum in de wijk Geitenkamp

Inleiding

In § 3.3 hebben wij twee groeicijfers voor het winkelareaal in Arnhem geraamd, namelijk 55.000 m² vvo op basis van het zogenaamde 1,2%-groeiscenario, en 115.000 m² vvo op basis van het 2,5%-groeiscenario, en wel voor de periode 1996-2015. Bij elk van de twee scenario's is ook gezien, welke groei nodig is, indien een transformatie van opslagruimte naar winkelruimte wordt verondersteld. In dit hoofdstuk willen wij bij de diverse groeicijfers enkele varianten qua verdeling van het toekomstig winkelareaal over de stad Arnhem opstellen.

Daartoe is getracht het totale winkelareaal in Arnhem te verdelen naar typen winkelcentra. Zie daarvoor onderstaande tabel 7. De gegevens van de eerste vier regels zijn afkomstig van de Afdeling Informatie en Burger Onderzoek (IBO) van de gemeente Arnhem (die ook in tabel 3 zijn weergegeven). De onderverdeling van de overige winkelcentra is geconstrueerd aan de hand van een uitdraai van de Verenigde Kamers van Koophandel op basis van het DIS-bestand, rekening houdend met de woonboulevard in Arnhem-Zuid. Tabel 7 moet dus eerder gezien worden als een basis voor de becijfering van de varianten, dan een weergave van de huidige verdeling van het winkelareaal in Arnhem.

Tabel 7. Verdeling winkelareaal in Arnhem naar type winkelgebied 1996.

Winkelcentrum	Oppervl. food	Oppervl. non food	Oppervl. totaal
Binnenstad	2.000	83.200	85.200
Kronenburg	2.300	17.000	19.300
Presikhaaf	4.300	10.100	14.400
Overige winkelcentra	22.000	80.800	102.800
waarvan			
nevencentra	in woonwijken		29.900
verspreide vestigingen	in woonwijken		27.800
PDV\GDV (woonboul.)	niet in woonwijken		28.500
vestigingen	niet in woonwijken		16.600
Totaal	30.700	191.100	221.800

Bron: gemeente Arnhem, DIS.

In § 3.2 staan enkele typen consumenten beschreven. Wij zullen onderstaande exercitie met varianten uitgaan van de verwende consument (vraagscenario A) en van de sobere consument (vraagscenario B). De huiselijke en geremde

consument worden geacht te worden gedekt door de kolom "groei naar rato huidige voorraadverdeling" in de tabellen 8 en 9 (bis).

Aan het eind van dit hoofdstuk (§ 6.4) zullen wij de toekomstige situatie bezien volgens KAWIR.

Wij willen benadrukken, dat de exercitie met alternatieven aan de hand van typen consumenten en de vertaling ervan naar een verdeling van het totale winkelmetrage in een gemeente over typen winkelcentra in die gemeente, tentatief is.

6.2 Varianten in het 1,2%-scenario

A. Uitbreiding van het totale areaal met 55.000 m² vvo (van 222.000 tot 277.000 m² vvo) (geen transformatie verondersteld).

Variant 1: Vraagscenario A, dat wil zeggen: de consument is individueel georiënteerd. Nabijheid is niet zo belangrijk, het gaat om bereikbaarheid binnen netwerken, binnen multifunctionele verplaatsingen. Er is veel behoefte aan funshoppen. Vertaald naar de winkelstructuur betekent dit een accent op de city, en op thematische perifere ontwikkelingen. De totale oppervlakte in nevencentra zal constant blijven als gevolg van twee tegengestelde bewegingen, namelijk daling door ander koopgedrag, zoals verondersteld in deze variant, en stijging als gevolg van het feit, dat de verspreide winkels in nevencentra worden opgenomen. Verondersteld wordt, dat de verspreide bewinkeling gehalveerd zal worden, en dat het winkelareaal op bedrijventerreinen niet toeneemt.

Variant 2: Vraagscenario A, zoals bij variant 1 is aangegeven. Het accent wordt nu gelegd bij zowel de city als bij stadsdeelcentra.

Variant 3: Vraagscenario B, dat wil zeggen collectief georiënteerd. Er is minder behoefte aan funshoppen, en er is voorkeur voor nabijheid van voorzieningen. Vertaald naar de winkelstructuur betekent dit het handhaven en zelfs versterken van buurtcentra, hetgeen mogelijk zal zijn door de economische groei. De verspreide bewinkeling, en vestigingen niet in woonwijken zullen niet worden uitgebreid. Het areaal in het hoofdwinkelcentrum, in de stadsdeelcentra en op GDV/PDV-locaties zal evenredig aan de huidige voorraad toenemen.

Variant 4: Vraagscenario B, zoals aangegeven bij variant 3. Het accent wordt vooral gelegd bij het versterken van de wijkwinkelcentra ten koste van buurtwinkelcentra. In de tabel valt het verschil in resultaat weg, omdat buurt- en wijkcentra als één categorie zijn opgenomen.

Uitgaande van de accentverschillen bij de zojuist genoemde varianten, en rekening houdende met de huidige aandelen van de verschillende typen winkelcentra, is in onderstaande tabel een tentatieve kwantificering opgesteld van de groei per type winkelcentrum.

Tabel 8. Groei van het winkelareaal in m2 vvo per type winkelcentrum tot 2015.

Type centrum	Groei naar rato huidige voorraad verdeling	Var.1	Var. 2	Var. 3	Var. 4
Hoofdwinkelcentrum	21.000	40.000	40.000	21.000	21.000
Stadsdeelc.(Kr, Pres)	8.500	9.000	22.000	9.000	9.000
Wijk/buurtcentra	7.500	0	0	18.000	18.000
Verspreide winkels	7.000	-14.000	-14.000	0	0
GDV/PDV	7.000	20.000	7.000	7.000	7.000
Vestig. niet in woonw.	4.000	0	0	0	0
Totaal	55.000	55.000	55.000	55.000	55.000

In de varianten 1 en 2 neemt het winkelareaal in de city toe met 40.000 m2, dit betekent een uitbreiding van ruim 45% ten opzichte van de huidige situatie. De huidige plannen tot 2000 voorzien in een uitbreiding met "slechts" 15.000 à 20.000 m2 vvo. Voor de binnenstad kan dit een groot probleem vormen.

Dit punt ten aanzien van de binnenstad doet zich ook voor bij de stadsdeelcentra in variant 2. De stadsdeelcentra breiden in deze variant ook zeer sterk uit, namelijk van ca 34.000 naar ca 56.000 m2, dit is een toename van ca 65%.

In variant 3 ligt de nadruk op de uitbreiding van bestaande, en bouw van nieuwe neventra. Het gaat om bijna een verdubbeling. In variant 4 wordt het aandeel van wijkwinkelcentra binnen de neventra groter.

De thans bekende uitbreidingsplannen in Arnhem voorzien tot het jaar 2000 in een toename van het winkelareaal met 23.000 à 28.000 m2 vvo, waarvan het leeuwendeel in het kernwinkelapparaat. Een groei met 64.000 m2 vvo tot 2015 lijkt te passen in het huidige groeitempo van de voorraad, maar in de verschillende scenario's zullen aanpassingen van bepaalde centra van groot belang zijn.

B. Het 1,2%-groeiscenario in geval van transformatie (verhouding vvo/bevo van 91/100).

Indien transformatie van de voorraad plaatsvindt naar een verhouding vvo/bevo van 91/100 zal in dit scenario de winkelvoorraad per saldo dalen. Immers bij een voorraad van 222.000 m2 heeft men de beschikking over 341.500 m2 bevo. Bij een verhouding vvo/bevo van 91/100 in de toekomst is daarvan ca 310.000 m2 vvo, terwijl benodigd is 277.000 m2. Er zou onder de gemaakte

veronderstelling ten aanzien van transformatie 33.000 m² vvo kunnen verdwijnen.

Wij zullen de verdeling naar type centrum verder niet kwantificeren.

6.3

Varianten in het 2,5%-groeiscenario

A. Uitbreiding van het totale areaal met 115.000 m² vvo (van 222.000 tot ca 337.000 m² vvo) (geen transformatie verondersteld).

Ten opzichte van de huidige omvang van het winkelareaal betekent een toename met 115.000 m² vvo een groei met ruim 50%. Wij hanteren weer dezelfde 4 varianten op basis van de verschillende consumentenscenario's. Wij zullen dezelfde verdeling aannemen als bij het 2,5%-groeiscenario.

Tabel 9. Groei van het winkelareaal in m² vvo per type winkelcentrum tot 2015.

Type centrum	Groei naar rato huidige voorraad verdeling	Var. 1	Var. 2	Var. 3	Var.4
Hoofdwinkelcentrum	44.000	80.000	80.000	44.000	44.000
Stadsdeelc. (Kr,Pres)	17.000	9.000	34.000	17.000	17.000
Wijk/buurtcentra	16.000	0	0	39.000	39.000
Verspreide winkels	14.000	-14.000	-14.000	0	0
GDV/PDV	15.000	40.000	15.000	15.000	15.000
Vestig. niet in woonw.	9.000	0	0	0	0
Totaal	115.000	115.000	115.000	115.000	115.000

In de varianten 1 en 2 neemt het winkelareaal in de city toe met 80.000 m², dit betekent een uitbreiding van bijna een verdubbeling ten opzichte van de huidige situatie. De huidige plannen tot 2000 voorzien in een uitbreiding met "slechts" 15 à 20.000 m² vvo. Voor de binnenstad zou deze variant een groot probleem gaan vormen.

Dit punt ten aanzien van de binnenstad doet zich ook voor in variant 2. De stadsdeelcentra breiden in deze variant ook zeer sterk uit, namelijk van ca 34.000 naar ca 68.000 m², dit is een verdubbeling. Dit zal grote aanpassingen betekenen, en eventueel de bouw van een nieuw stadsdeelcentrum.

In variant 3 ligt de nadruk op de uitbreiding van bestaande, en bouw van nieuwe nevencentra. Het gaat om meer dan een verdubbeling. In variant 4 wordt het aandeel van wijkwinkelcentra binnen de nevencentra groter.

De thans bekende uitbreidingsplannen in Arnhem voorzien tot het jaar 2000 in een toename van het winkelareaal met 23.000 à 28.000 m² vvo, waarvan het

leeuwendeel in het kernwinkelapparaat. Een groei met 115.000 m² vvo tot 2015 gaat uit boven het huidige groeitempo van de voorraad. Bovendien zullen in bepaalde varianten extreme aanpassingen onder ogen moeten worden gezien.

B. Het 2,5%-groeiscenario in geval van transformatie (verhouding vvo/bevo van 91/100).

Indien transformatie van de voorraad plaatsvindt naar een verhouding vvo/bevo van 91/100 zal in dit scenario de behoefte aan winkelvastgoed toenemen met 27.000 m² vvo. Immers bij een voorraad van 222.000 m² heeft men de beschikking over 341.500 m² bevo. Bij een verhouding vvo/bevo van 91/100 in de toekomst is daarvan ca 310.000 m² vvo, terwijl benodigd is 337.000 m². Dit betekent, dat voor ca 27.000 m² vvo nieuwbouw benodigd is.

Tussen de 4 genoemde varianten kunnen weer verschillende verdelingen over typen winkelcentra zich voordoen. Deze zijn in tabel 9 bis gekwantificeerd.

Tabel 9 bis. Omvang van het nieuw te bouwen winkelareaal in m² vvo per type winkelcentrum tot 2015.

Type centrum	Groei naar rato huidige voorraad verdeling	Var. 1	Var. 2	Var. 3	Var.4
Hoofdwinkelcentrum	10.000	46.000	46.000	10.000	10.000
Stadsdeelc. (Kr,Pres)	4.000	-5.000	20.000	3.000	3.000
Wijk/buurtwinkelcentra	4.000	-12.000	-12.000	27.000	27.000
Verspreide winkels	3.500	-24.000	-24.000	-10.000	-10.000
GDV/PDV	3.500	29.000	4.000	4.000	4.000
Vestig. niet in woonw.	2.000	-7.000	-7.000	-7.000	-7.000
Totaal	27.000	27.000	27.000	27.000	27.000

In de varianten 1 en 2 neemt het winkelareaal in de city toe met 46.000 m², dit betekent een uitbreiding met ruim 50% ten opzichte van de huidige situatie. De huidige plannen tot 2000 voorzien in een uitbreiding met "slechts" 15 à 20.000 m² vvo. Voor de binnenstad zou deze variant een behoorlijk probleem gaan vormen.

Dit punt ten aanzien van de binnenstad doet zich ook voor bij de stadsdeelcentra in variant 2. De stadsdeelcentra breiden in deze variant ook zeer sterk uit, namelijk van ca 34.000 naar ca 54.000 m², dit is een toename met bijna 60%. Dit zal grote aanpassingen betekenen, en eventueel de bouw van een nieuw stadsdeelcentrum.

In variant 3 ligt de nadruk op de uitbreiding van bestaande, en de bouw van nieuwe neventra. Het gaat om bijna een verdubbeling. In variant 4 wordt het aandeel van wijkwinkelcentra binnen de neventra groter.

De thans bekende uitbreidingsplannen in Arnhem voorzien tot het jaar 2000 in een toename van het winkelareaal met 23.000 a 28.000 m² vvo, waarvan het leeuwendeel in het kernwinkelapparaat. Een groei met 27.000 m² vvo tot 2015 zou per saldo geen extra bouw nodig maken, maar in de verschillende scenario's zouden onder de gemaakte aannamen aanpassingen van bepaalde typen centra van groot belang zijn.

6.4 Alternatieven volgens KAWIR

Met behulp van het regionale model KAWIR zijn voor alle winkelconcentraties in Nederland groter dan 7500 m² vvo de consequenties berekend in het kader van verschillende vraag- en aanbodscenario's. Voor een gedetailleerde toelichting op de werking van het KAWIR model verwijzen wij hierbij naar het deelrapport waarin de modellen KAWIN en KAWIR worden besproken.

Met KAWIR zijn de regionale consequenties berekend uitgaande van de volgende vraag- en aanbodscenario-combinaties.

Tabel 10 Vraag -en aanbodscenario-combinaties

Aanbodscenario 1	groei kleinere en grotere centra gelijk
Aanbodscenario 2	kleinere centra constant (geen groei of krimp buurt- en wijkcentra)
Vraagscenario a	2,5% economische groei per huishouden
Vraagscenario b	1,2% economische groei per huishouden

	vraag scenario a	vraag scenario b
aanbod scen 1	v	vi
aanbod scen 2	i	iii

De genoemde kleinere centra zijn de buurt- en wijkcentra met een verkoopvloeroppervlak kleiner dan 7500 m². Globaal gaat het daarbij om 20% van de totale voorraad detailhandelsvastgoed.

Volgens de resultaten van de berekeningen met KAWIR voor Arnhem komt de maximale noodzakelijke groei uit op 103.800 m² vvo, hetgeen minder is dan de 115.000 m² waarvan in § 6.3 is uitgegaan.

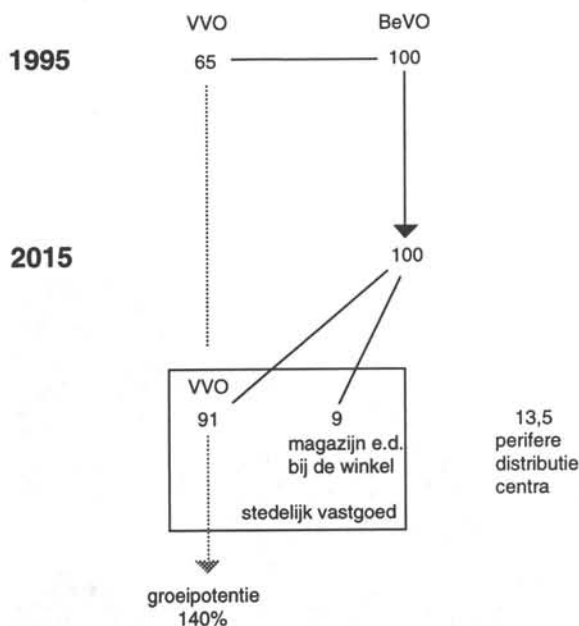
De groei van de verschillende in KAWIR opgenomen winkelconcentraties varieert voor Arnhem tussen 201% en 80%. Variatie dus tussen een verdubbeling voor het stadscentrum en krimp van de winkelconcentratie De Laar, overigens in verschillende vraag-/aanbodscenario-combinaties.

Wat zijn daarvan de consequenties? Daartoe is het van belang eerst nog eens toe te lichten welke 'bufferruimte' er binnen de huidige voorraad (1995) aanwezig is. Dat is schematisch weergegeven in figuur 1.

Uitgangspunt is een verhouding vvo/bevo in 2015 van 91/100. Bovendien wordt er van uitgegaan dat 40% van het verschil tussen vvo en bevo (magazijn e.d.) zich direct bij de winkel bevindt en onderdeel vormt van het stedelijk vastgoed. Het resterende deel van de magazijnruimte wordt geacht zich in 2015 te bevinden in perifere distributie centra.

Bij dat principe kan het vvo van elke winkelconcentratie met 40% groeien binnen het bestaande bouwvolume.

Figuur 1



Met name binnen de combinatie van vraagscenario a (economische groei 2,5% per huishouden) en aanbodscenario 2 (buurt- en wijkcentra stabiel), dus combinatie I, treedt er een probleem op bij het stadscentrum. Ook Kronenburg, Presikhaaf en Arnhemse Broek kunnen de noodzakelijke groei niet volledig binnen de voorraad opvangen. De verschillen bij die drie zijn echter gering.

Het stadscentrum moet met 40.000 m² vvo worden uitgebreid om aan de vraag te kunnen voldoen. Het leeuwendeel van de plannen die Arnhem tot 2000 heeft hebben betrekking op het centrumgebied. In de plannen is daartoe circa 20.000 m² opgenomen. Uitgaande van de omvang van het centrum volgens Omnigis moet er dan nog 20.000 m² worden toegevoegd gedurende de periode 2000-

2015. Gaan we echter uit van de omvang van het centrum zoals de gemeente die hanteert dan is een groei met 20000 m2 toereikend.

In de andere combinaties van vraag-/aanbodscenario's kan de noodzakelijke groei, rekening houdend met de plannen die in de steigers staan, opgelost worden binnen de voorraad. Als de voorraad in 2015 benut wordt volgens het principe dat is weergegeven in figuur 1, dan treden er overschotten op in het stedelijk detailhandelsvastgoed. Die overschotten zijn echter uitermate welkom teneinde te kunnen voldoen aan de sterk groeiende vraag naar vastgoed ten behoeve van diensten & leisure.



Winkelcentrum De Drieslag

7 SLOTBESCHOUWING

7.1 Inleiding

Aangaande de verre toekomst zijn er uiteraard veel onzekerheden. Allereerst de onzekerheid over de economische groei op lange termijn. Voorts de onzekerheden over het toekomstig koopgedrag van de consument, en tenslotte de vraag in hoeverre en in welk tempo het aanbod kan en wil reageren op toekomstige ontwikkelingen.

In hoofdstuk 6 hebben wij op basis van enkele scenario's en varianten (zowel zonder als met toepassing van transformaties) een aantal mogelijke toekomstige situaties beschreven, en deze vergeleken met de thans bekende plannen. Binnen het kader van het onderzoek "Werk aan de Winkel" kon niet diepgaand worden ingegaan op de lokale situatie, maar is een methodiek aangegeven, die in de lokale situatie zou kunnen worden gevolgd.

7.2 Aanbevelingen

Om een beeld te hebben van mogelijke toekomstige situaties wat betreft het benodigde winkelareaal, zal men een inventarisatie moeten hebben van de huidige opbouw van het detailhandelsapparaat naar typen winkelcentra.

Van belang is het om een vertaalslag te maken van verschillende soorten koopgedrag naar de bijbehorende verdeling van het totale winkelareaal over typen winkelcentra in de gemeente. Tenslotte zal men op basis van de concrete situaties in de diverse winkelcentra moeten nagaan of en in hoeverre en hoe de in een bepaalde variant benodigde uitbreidingen moeten worden uitgevoerd.

Uit de varianten in de par. 6.2 en 6.3 blijkt een grote variatie aan mogelijke alternatieven. Wanneer we de huidige plannen van de gemeente als geheel vergelijken met de opgestelde varianten, dan blijkt, dat deze plannen in het 1,2%-scenario (met transformatie) te hoog gegrepen zouden zijn, terwijl in het 2,5%-groeienscenario (zonder transformatie) een veelvoud van de huidige plannen nodig zou zijn. In het 1,2%-scenario zonder transformatie lijken de huidige plannen goed te passen. Immers de huidige plannen betreffen de periode tot 2000, terwijl in de periode daarna een doorgaande uitbreiding van het winkelareaal nodig is. Daarbij moet wel rekening worden gehouden met ontwikkelingen, die van invloed zijn op de verdeling van het benodigde winkelareaal over typen centra.

Binnenstad, Jansstraat



Winkelcentrum Presikhaaf

LITERATUUR

Boekema, F., J. Buursink & J. van der Wiel (1996), Het behoud van de binnenstad als winkelhart, Assen: van Gorcum.

Boon, A. den (1996), Winkelcentrummanagement: beheersen van de dynamiek, TU Delft: vakgroep BMVB.

CBS (1997), Regionale inkomensverdeling 1994.

CBS (1997), Statistisch jaarboek 1997.

D&P Onderzoek en Advies, Kamer van Koophandel (1996), Handboek DIS.

Gemeente Arnhem, Dienst Stadscentrum (1997), Arnhem Centraal.

Gemeente Arnhem, Dienst Stadsontwikkeling (1993), Arnhem, koopstad met allure.

Gemeente Arnhem, Projectbureau Arnhem 2005 (1997), Arnhem 2015; Vier Arnhemse toekomstbeelden.

Stedelijk knooppunt Arnhem-Nijmegen (1996), Detailhandelsstructuurvisie KAN 1996.

Lipsch, H.M.B. (1994), Quick scan voor het binnenstedelijk winkelgebied, TU Delft: vakgroep BMVB.

- 1. ...
- 2. ...
- 3. ...
- 4. ...
- 5. ...
- 6. ...
- 7. ...
- 8. ...
- 9. ...
- 10. ...